



ACADEMIA MILITAR

DIRECÇÃO DE ENSINO

Mestrado em Ciências Militares – Especialidade de Segurança (GNR)

TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO APLICADA

A IMAGEM DA GUARDA NACIONAL REPUBLICANA NA COMUNIDADE ESCOLAR

AUTOR: Aspirante Maria Luísa Faria Peixoto

ORIENTADOR: Professora Doutora Ana Bela R.C. Santos Bravo

CO-ORIENTADOR: Capitão da GNR Pedro Miguel Ferreira da S. Nogueira

LISBOA, AGOSTO DE 2010



ACADEMIA MILITAR

DIRECÇÃO DE ENSINO

Mestrado em Ciências Militares – Especialidade de Segurança (GNR)

TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO APLICADA

A IMAGEM DA GUARDA NACIONAL REPUBLICANA NA COMUNIDADE ESCOLAR

AUTOR: Aspirante Maria Luísa Faria Peixoto

ORIENTADOR: Professora Doutora Ana Bela R. C. Santos Bravo

CO-ORIENTADOR: Capitão da GNR Pedro Miguel Ferreira da S. Nogueira

LISBOA, AGOSTO DE 2010

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, irmãs e ao Filipe.

Aos Meus Meninos, Luísa, Tatiana e Xavier.

AGRADECIMENTOS

A concretização deste trabalho teve o contributo de várias pessoas, às quais não poderia deixar de agradecer.

À minha orientadora, Professora Doutora Ana Bela Santos Bravo, pela sua compreensão e dedicação na condução e elaboração do trabalho, e ao meu Co-orientador Capitão Pedro Nogueira.

Ao Tenente – Coronel de Artilharia, António José Palma Esteves Rosinha e ao Major de GNR Manuel Carlos Afonso, por mostrarem absoluta disponibilidade e transmissão de conhecimentos. Ao primeiro, por toda a ajuda prestada desde a construção do inquérito até à análise dos seus resultados, e ao segundo, por todos os conhecimentos transmitidos relacionados com o Programa Escola Segura.

À direcção da Escola Secundária de Vizela – Enfias e da Escola Secundária das Caldas das Taipas, nomeadamente à Professora Rosa Maria Carvalho e ao Professor José Carlos, respectivamente, por terem permitido a aplicação do questionário para validação e pré-teste, e para a aplicação definitiva do questionário.

A todos os alunos que se disponibilizaram para responder ao questionário, em todas as fases da sua elaboração.

Ao Comandante do Destacamento Territorial de Guimarães, Capitão Gonçalo Amado, por ter permitido o dispêndio de tempo de estágio em favor da aplicação dos inquéritos, e ao Núcleo Escola Segura do mesmo destacamento, por todas as informações disponibilizadas.

Aos oficiais e civis da Divisão de Comunicação e Relações Públicas e ao Capitão Rogério Copeto, da Repartição de Programas Especiais da Divisão de Emprego Operacional, ambos da Guarda Nacional Republicana, pelas informações cedidas.

À minha família, ao Alexandre, aos amigos e camaradas por toda a compreensão e apoio.

A todos aqueles que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho.

A todos, o meu Muito Obrigada!

ÍNDICE GERAL

| | |
|--|----------|
| DEDICATÓRIA..... | i |
| AGRADECIMENTOS | ii |
| ÍNDICE GERAL | iii |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | vi |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | vii |
| ÍNDICE DE QUADROS | viii |
| ÍNDICE DE TABELAS..... | ix |
| LISTA DE SIGLAS | xi |
| LISTA DE ABREVIATURAS | xii |
| LISTA DE SÍMBOLOS | xiii |
| RESUMO..... | xiv |
| ABSTRACT | xv |
| | |
| CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO DO TRABALHO | 1 |
| 1.1 INTRODUÇÃO | 1 |
| 1.2 JUSTIFICAÇÃO DO TEMA | 1 |
| 1.3 DELIMITAÇÃO DO OBJECTO DE ESTUDO..... | 2 |
| 1.4 FINALIDADE, OBJECTIVOS, QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO E HÍPOTÉSES | 2 |
| 1.5 METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO | 4 |
| 1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO E SÍNTESE DOS CAPÍTULOS | 4 |
| | |
| PARTE I - ENQUADRAMENTO TEÓRICO E INSTITUCIONAL..... | 5 |
| CAPÍTULO 2 - IMAGEM..... | 5 |
| 2.1 INTRODUÇÃO | 5 |
| 2.2 CONCEITOS..... | 6 |
| 2.2.1 IMAGEM..... | 6 |
| 2.2.2 IMAGEM INSTITUCIONAL..... | 6 |
| 2.2.3 IDENTIDADE INSTITUCIONAL | 7 |
| 2.2.4 IDENTIDADE VISUAL | 8 |
| 2.2.5 CULTURA INSTITUCIONAL | 8 |
| 2.2.6 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL | 9 |
| 2.2.6.1 Comunicação Institucional Externa | 10 |

| | | |
|-------------------|---|-----------|
| 2.2.7 | RELAÇÕES PÚBLICAS | 11 |
| 2.2.8 | OPINIÃO PÚBLICA..... | 12 |
| 2.3 | CONSTRUÇÃO DA IMAGEM INSTITUCIONAL..... | 13 |
| 2.4 | FONTES DE INFORMAÇÃO PARA CONSTRUÇÃO DE IMAGENS | 15 |
| 2.5 | ELEMENTOS DA IMAGEM INSTITUCIONAL | 17 |
| 2.6 | SÍNTESE..... | 18 |
| CAPÍTULO 3 | - A IMAGEM DA GNR | 19 |
| 3.1 | INTRODUÇÃO | 19 |
| 3.2 | IMPORTÂNCIA DA IMAGEM DA GNR..... | 19 |
| 3.3 | COMUNICAÇÃO NA GNR | 21 |
| 3.4 | RELAÇÕES PÚBLICAS NA GNR..... | 23 |
| 3.5 | PROGRAMA ESCOLA SEGURA | 24 |
| 3.5 | SÍNTESE..... | 26 |
| PARTE II | - PRÁTICA: ESTUDO – DE – CASO | 27 |
| CAPÍTULO 4 | - TRABALHO DE CAMPO | 27 |
| 4.1 | INTRODUÇÃO | 27 |
| 4.2 | MÉTODO DE ABORDAGEM..... | 27 |
| 4.3 | PROCEDIMENTOS E TÉCNICAS..... | 28 |
| 4.4 | MEIOS UTILIZADOS..... | 29 |
| 4.5 | SÍNTESE..... | 29 |
| CAPÍTULO 5 | - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS | 30 |
| 5.1 | INTRODUÇÃO | 30 |
| 5.2 | ANÁLISE DOS INQUÉRITOS | 30 |
| 5.2.1 | CARACTERIZAÇÃO DOS INQUIRIDOS | 30 |
| 5.2.2 | ANÁLISE DOS RESULTADOS DOS INQUÉRITOS..... | 31 |
| 5.3 | CONCLUSÕES DOS INQUÉRITOS..... | 39 |
| CAPÍTULO 6 | - CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES..... | 40 |
| 6.1 | INTRODUÇÃO | 40 |
| 6.2 | VERIFICAÇÃO DAS HIPÓTESES PRÁTICAS..... | 40 |
| 6.3 | REFLEXÕES FINAIS | 42 |
| 6.4 | RECOMENDAÇÕES..... | 43 |
| 6.5 | LIMITAÇÕES..... | 44 |
| 6.6 | INVESTIGAÇÕES FUTURAS | 44 |

| | |
|--|---------------|
| BIBLIOGRAFIA..... | 45 |
| APÊNDICES..... | 51 |
| APÊNDICE A - PROGRAMA ESCOLA SEGURA | 52 |
| APÊNDICE B - SELECÇÃO DA POPULAÇÃO | 55 |
| APÊNDICE C - INQUÉRITO | 56 |
| C.1 INTRODUÇÃO..... | 56 |
| C.2 QUADRO DE VARIÁVEIS | 57 |
| C.3 INQUÉRITO..... | 58 |
| APÊNDICE D - RESULTADOS DA CARACTERIZAÇÃO DOS INQUIRIDOS | 64 |
| APÊNDICE E - RESULTADOS DA CARACTERIZAÇÃO DO OBJECTO DE ESTUDO .. | 66 |
| ANEXOS | 78 |
| ANEXO F - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS INSTITUCIONAIS..... | 79 |
| F.1 CÓDIGO DEONTOLÓGICO DO SERVIÇO POLICIAL | 79 |
| F.2 CÓDIGO DE HONRA DO MILITAR DA GUARDA | 83 |
| F.3 CÓDIGO DE CONDUTA DO MILITAR DA GNR..... | 84 |
| F.4 DESPACHO N.º 72/2008 – OG, DE 22 DE DEZEMBRO – EXCERTO | 85 |
| F.5 DESPACHO N.º 53/2009 – OG, DE 15 DE MARÇO DE 2010 – EXCERTO | 86 |
| ANEXO G - NOTÍCIA SOBRE POLÍCIA DE EDIMBURGO | 87 |
| ANEXO H - POLICIAMENTO DE PROXIMIDADE..... | 88 |
| ANEXO I - ORGANIGRAMA DA SECÇÃO DE PROGRAMAS ESPECIAIS | 90 |
| ANEXO J - DETERMINAÇÃO DA DIMENSÃO DA AMOSTRA | 91 |
| ANEXO K - RELAÇÕES DAS ESCOLAS COM SECUNDÁRIO NA ZONA DE ACÇÃO DO DESTACAMENTO DE GUIMARÃES | 93 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura I.1: Organigrama da Secção de Programas Especiais. | 90 |
|--|----|

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 5.1: Distribuição do género..... | 30 |
| Gráfico 5.2: Distribuição da idade. | 30 |
| Gráfico 5.3: Distribuição dos cursos..... | 31 |
| Gráfico 5.4: Distribuição de familiares na GNR. | 31 |
| Gráfico 5.5: Distribuição do grau de parentesco. | 31 |
| Gráfico 5.6: Média das respostas à questão 8.3 de quem assistiu a acções no âmbito do PES e de quem não assistiu..... | 36 |
| Gráfico 5.7: Média das respostas à questão 11. | 39 |
| | |
| Gráfico E.1: Médias das respostas da questão n.º 6..... | 68 |
| Gráfico E.2: Frequência das medidas propostas para a melhoria da comunicação entre a GNR e os jovens. | 77 |

ÍNDICE DE QUADROS

| | |
|---|----|
| Quadro C.1: Variáveis analisadas no questionário..... | 57 |
|---|----|

ÍNDICE DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 5.1: Consistência interna..... | 32 |
| Tabela 5.2: Escala de níveis da questão n.º 6. | 32 |
| Tabela 5.3: Valores de estatística descritiva da questão n.º 6 – Opinião global dos inquiridos. | 33 |
| Tabela 5.4: Valores de estatística descritiva da questão n.º 6 – Opinião detalhada dos inquiridos..... | 33 |
| Tabela 5.5: Diferenças significativas das percepções da questão n.º 6, entre o inquirido, e os pais e pares..... | 34 |
| Tabela 5.6: Correlações de Pearson entre ter familiar na GNR e percepções sobre comportamentos e atitudes, imagem e qualidade dos serviços. | 34 |
| Tabela 5.7: Correlações de Pearson entre a imagem do inquirido sobre a GNR, a assistência a acções no âmbito do PES e as afirmações 8.3 e 8.4..... | 37 |
| Tabela 5.8: Valores de estatística descritiva da questão n.º 9. | 37 |
| Tabela 5.9: Correlações de Pearson entre a imagem do inquirido sobre a GNR, e as percepções pessoais sobre os comportamentos e atitudes dos militares e do que pensa ser a dos pais e pares e a influência dos <i>media</i> | 38 |
| | |
| Tabela D.1: Idade – Frequência e percentagem de respostas. | 64 |
| Tabela D.2: Género – Frequência e percentagem de respostas. | 64 |
| Tabela D.3: Ano de escolaridade que frequenta – Frequência e percentagem de respostas. | 65 |
| Tabela D.4: Curso – Frequência e percentagem de respostas. | 65 |
| Tabela D.5: Familiar na GNR – Frequência e percentagem de respostas..... | 65 |
| Tabela D.6: Grau de Parentesco – Frequência e percentagem de respostas. | 65 |
| | |
| Tabela E.1: Estatísticas Item-Total. | 66 |
| Tabela E.2: Valores de estatística descritiva da questão n.º 6. | 69 |
| Tabela E.3: Respeito – Frequência e percentagem de respostas. | 70 |
| Tabela E.4: Correção nas Actuações – Frequência e percentagem de respostas..... | 70 |
| Tabela E.5: Imparcialidade – Frequência e percentagem de respostas. | 70 |
| Tabela E.6: Autoritarismo – Frequência e percentagem de respostas. | 70 |
| Tabela E.7: Honestidade – Frequência e percentagem de respostas. | 71 |

| | |
|--|--------|
| Tabela E.8: Proporcionalidade do Uso da Força – Frequência e percentagem de respostas. | 71 |
| Tabela E.9: Confiança – Frequência e percentagem de respostas. | 71 |
| Tabela E.10: Importância do papel na actualidade – Frequência e percentagem de respostas. | 71 |
| Tabela E.11: Imagem Global – Frequência e percentagem de respostas. | 72 |
| Tabela E.12: Qualidade dos Serviços Prestados – Frequência e percentagem de respostas. | 72 |
| Tabela E.13: Imagem Global do Próprio – Frequência e percentagem de respostas. | 72 |
| Tabela E.14: Assistência de acções no âmbito PES – Frequência e percentagem de respostas. | 73 |
| Tabela E.15: Local – Frequência e percentagem de respostas. | 73 |
| Tabela E.16: Acções da GNR e melhoria da Imagem – Frequência e percentagem de respostas. | 73 |
| Tabela E.17: Contacto directo e melhoria da Imagem – Frequência e percentagem de respostas. | 74 |
| Tabela E.18: Acções no âmbito PES e melhoria da Imagem – Frequência e percentagem de respostas. | 74 |
| Tabela E.19: PES e melhoria da Imagem – Frequência e percentagem de respostas. | 74 |
| Tabela E.20: Valores de estatística descritiva da questão n.º 8 – 8.1 e 8.2. | 75 |
| Tabela E.21: Valores de estatística descritiva da questão n.º 8 – 8.3 e 8.4. | 75 |
| Tabela E.22: Grau de Influência dos Factores – Frequência e percentagem de respostas. | 76 |
| Tabela E.23: Medidas – Frequência e percentagem de respostas. | 76 |
| Tabela E.24: Imagem das Forças – Valores de estatística descritiva. | 77 |
| Tabela E.25: Imagem das Forças – Frequência e percentagem de respostas. | 77 |
| Tabela J.1: Validade do estudo. | 91 |
| Tabela K.1: Escolas com secundário da zona de acção do destacamento territorial de Guimarães. | 93 |
| Tabela K.2: Ordem decrescente de escolas pelo número de alunos que tiveram acções no âmbito do Programa Escola Segura. | 94 |
| Tabela K.3: Número de alunos do 12º ano da Escola Secundária das Caldas das Taipas. | 94 |

LISTA DE SIGLAS

| | |
|---------|--|
| C: | Concordo |
| CT: | Concordo Totalmente |
| CCHCT: | Curso Científico – Humanístico de Ciências e Tecnologias |
| CCHCSE: | Curso Científico – Humanístico de Ciências Socioeconómicas |
| CCHLH: | Curso Científico – Humanístico de Línguas e Humanidades |
| CPAS: | Curso Profissional de Animador Sociocultural |
| CPTAI: | Curso Profissional de Técnico de Apoio à Infância |
| CPTG: | Curso Profissional de Técnico de Gestão |
| CPTIG: | Curso Profissional de Técnico de Informática de Gestão |
| CPTT: | Curso Profissional de Técnico de Termalismo |
| CPTV: | Curso Profissional de Técnico de Vendas |
| DP: | Desvio Padrão |
| D: | Discordo |
| DCRP: | Divisão de Comunicação e Relações Públicas |
| DT: | Discordo Totalmente |
| GNR: | Guarda Nacional Republicana |
| H: | Hipótese |
| IESM: | Instituto de Estudos Superiores Militares |
| IGAI: | Inspeção – Geral da Administração Interna |
| IGE: | Inspeção – Geral da Educação |
| IGF: | Inspeção – Geral das Finanças |
| MAI: | Ministério da Administração Interna |
| ME: | Ministério da Educação |
| NCND: | Não Concordo Nem Discordo |
| NES: | Núcleo Escola Segura |
| NPE: | Núcleo Programas Especiais |
| OG: | Ordem à Guarda |
| PES: | Programa Escola Segura |
| PSP: | Polícia de Segurança Pública |
| QUAR: | Quadro de Avaliação e Responsabilização |
| SPE: | Secção Programas Especiais |
| SPSS: | <i>Statistical Package for the Social Sciences</i> |
| TIA: | Trabalho de Investigação Aplicada |

LISTA DE ABREVIATURAS

| | |
|-----------------------|-----------------------------|
| Apud: | Citado em |
| Art. ^o : | Artigo |
| Art. ^{os} : | Artigos |
| Ed.: | Edição |
| E.g.(exempli gratia): | Por exemplo |
| Et al. (et aliae): | E outros (para pessoas) |
| Etc. (et cetera): | E outros (para coisas) |
| Ibidem: | Igual à referência anterior |
| I.e. (id est): | Isto é |
| N. ^o : | Número |
| P.: | Página |
| Pp.: | Páginas |
| S.d.: | Sem data |
| S.l.: | Sem local |

LISTA DE SÍMBOLOS

| | |
|------------------|---------------------------------|
| s : | Desvio padrão |
| ϵ : | Margem de erro |
| x_m : | Média da amostra |
| λ : | Nível de confiança |
| D : | Nível de erro |
| α : | Nível de significância |
| $Z_{\alpha/2}$: | Normal estandardizada |
| n : | Número de unidades da amostra |
| N : | Número de unidades da população |
| p : | Probabilidade |
| \hat{p} : | Proporção |
| R : | Correlação |

RESUMO

A boa imagem das instituições é fundamental para a sua continuidade, uma vez que se inserem numa sociedade onde as pessoas são cada vez mais exigentes e conhecedoras dos seus direitos. Com este trabalho de investigação, pretende saber-se qual a imagem da Guarda Nacional Republicana na comunidade escolar. Para tal, efectuou-se um estudo - de - caso os alunos do 12º ano de escolaridade, da Escola Secundária das Caldas das Taipas.

Os principais objectivos deste trabalho são perceber como é vista a Guarda por estes jovens, saber de que forma diferentes factores contribuem para essa imagem, perceber se o contacto directo com o seu efectivo e o Programa Escola Segura, especialmente direccionado para este público, contribuem para a melhoria da imagem da instituição.

O presente trabalho encontra-se dividido em duas partes fundamentais. Na primeira efectua-se o enquadramento teórico e institucional, abordando-se a temática da imagem institucional e os conceitos relacionados com ela, posteriormente efectua-se a transposição desses conceitos para a Guarda e uma descrição do Programa Escola Segura. Na segunda parte trata-se o estudo - de - caso e apresentam-se a análise e discussão dos resultados obtidos com o trabalho de campo desenvolvido, as conclusões e as recomendações.

A metodologia utilizada na primeira parte foi essencialmente a análise documental e na segunda parte a aplicação de inquéritos por questionário aos alunos da referida escola, para saber as suas opiniões, uma vez que esse é o principal objectivo do trabalho.

Apurou-se que a imagem da Guarda nesta população é positiva, sendo influenciada pelo comportamento do seu efectivo, pela família, pares e *media*, como também pelo contacto directo estabelecido com o seu efectivo e pelo Programa Escola Segura.

Este estudo contribui para chamar a atenção para o facto de ser necessário alertar todos os militares para o papel que desempenham na criação da imagem da instituição que servem, e sugerir a continuação deste estudo a nível nacional, para aplicação de novas medidas de comunicação com o público estudado.

PALAVRAS – CHAVE: GUARDA NACIONAL REPUBLICANA; IMAGEM INSTITUCIONAL, COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL; PROGRAMA ESCOLA SEGURA.

ABSTRACT

The good image of the institutions is essential to their continuity, since they fit into a society where people are becoming increasingly demanding and knowledgeable of its rights. With this research it is sought to know what image of the Republican National Guard the school community has. There for, a case study was carried out with the students of the 12th grade in Caldas das Taipas's High School.

This work's main objectives are to realize how the Guard is seen by these young people, to know how different factors contribute to its image, to understand if direct contact with their personnel and those of the Safe School Program, that are especially formulated for this audience, contributes to the improvement of the institution image.

The present study is divided into two main parts. In the first part, a theoretical and institutional framing is carried out, approaching the issue of institutional image and related concepts, and then the use of these concepts in the Guard and the description of the Safe School Program. In the second part the case study is carried out, the analysis and discussion of the obtained results with the field work are presented, as well as the conclusions and recommendations.

The methodology used in the first part was essentially the documental analysis and in the second part the realization of a survey to the students of that school, to know their opinion, since this is the main objective of the work.

It was established that the Guard has a positive image in this population as it is influenced by the behavior of their personnel, but also by the family, the peers, the media and the direct contact with the military personnel and the Safe School Program.

This study contributes for getting attention towards the need of alerting the Guard's personnel for their role in creating the image of the institution they serve, and to suggest the extension of this study in a national level, for the implementation of new measures of communication with the studied public.

KEY – WORDS: REPUBLICAN NATIONAL GUARD; INSTITUTIONAL IMAGE; INSTITUTIONAL COMMUNICATION; SAFE SCHOOL PROGRAM.

“Um profissional de comunicação que disponha de bastante informação a respeito dos seus públicos pode elaborar um programa muito mais eficiente do que um profissional que não saiba nada sobre o público a quem se dirige.”

Caetano e Rasquilha, 2009, p. 26

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO DO TRABALHO

1.1 INTRODUÇÃO

O presente Trabalho de Investigação Aplicada (TIA), subordinado ao tema “A Imagem da Guarda Nacional Republicana na Comunidade Escolar”, surge no âmbito da estrutura curricular dos cursos ministrados na Academia Militar para a obtenção do grau de Mestre em Ciências Militares na especialidade de Segurança.

A imagem institucional traduz-se como sendo um conjunto de significados segundo os quais se caracteriza uma instituição e que permite aos seus públicos lembrá-la ou até mesmo relacionar-se com ela. A percepção da imagem que os públicos têm é fundamental no sentido de poder ajudar uma instituição a projectar-se de forma positiva. Este facto não difere entre instituições, ou seja, o mesmo acontece com a Guarda Nacional Republicana, doravante designada por Guarda ou GNR.

Importa referir que neste trabalho foram utilizados como sinónimos as designações “organização” e “instituição” pois, não havendo diferenças substanciais entre os dois conceitos, permite um melhor enquadramento teórico do tema (Ferreira, Pereira, Eira-Velha e Pires, 2006). Na sua redacção não se seguiram as normas do novo acordo ortográfico.

Neste capítulo serão abordados os seguintes assuntos: a justificação do tema escolhido, a delimitação do objecto de estudo em questão, a finalidade, os objectivos, as questões de investigação e as hipóteses deste trabalho, a metodologia utilizada e por fim, a estrutura do trabalho e a síntese dos capítulos.

1.2 JUSTIFICAÇÃO DO TEMA

A escolha deste tema surgiu, por um lado fruto da convivência pessoal travada com jovens, a qual permitiu observar que os mesmos, por não conhecerem os valores da GNR, não compreendem muitos dos comportamentos adoptados pelos militares desta instituição, e por outro lado, por considerar de extrema importância a gestão da imagem que a GNR transmite para o exterior, dado que a imagem pública é indispensável para o desempenho da missão, bem como, para criar confiança nos cidadãos e consequentemente aumentar o seu sentimento de segurança (Leal, Moreira, Abreu, Delgado e Barata, 2005).

Como referiu Ribeiro (2006), para construir a imagem da instituição é preciso saber quais os aspectos positivos e negativos da mesma, entender como o público a vê e definir o que deve ser feito para a melhorar, ou seja, só é possível preconizar medidas destinadas ao tratamento da imagem pública da organização se forem conhecidos os aspectos que a opinião pública considera menos positivos e reforçados ou mantidos aqueles que são considerados positivos (Leal *et al.*, 2005).

Saber a opinião dos públicos é o único mecanismo capaz de ajustar as suas motivações com as da instituição (R. Silva, 2003), ou seja, se as instituições compreenderem como são entendidas pelo público externo, aumentam a capacidade de corresponder às suas expectativas, transmitindo a imagem de uma instituição consistente, adaptada e de confiança, melhorando significativamente a sua imagem institucional (Price e Gioia, 2008).

Uma vez que os jovens são a camada social que num futuro próximo irá interagir mais directamente com a GNR (através do ingresso nesta instituição, como cidadãos comuns ou mesmo revelando-se potenciais criminosos), por serem uma camada social na qual é mais fácil incutir novos valores e por serem os Homens de amanhã, é neles que devemos apostar para futuramente se colherem frutos. Parece ser de extrema importância saber a imagem que estes têm da GNR, de forma a poder trabalhá-la, a fim de se projectar uma imagem positiva da instituição que concorre para o alcance do fim último da mesma, ou seja, para que as pessoas se sintam seguras.

1.3 DELIMITAÇÃO DO OBJECTO DE ESTUDO

Dada a abrangência de aspectos que este tema pode tratar, definiu-se como objecto de estudo a imagem que os alunos do 12º ano de escolaridade têm da GNR. Assentando este trabalho em um estudo - de - caso, aos alunos do 12º ano, da comunidade escolar da Escola Secundária das Caldas das Taipas. Não se pretendendo dessa forma extrapolar quaisquer resultados a nível nacional, nem mesmo regional.

1.4 FINALIDADE, OBJECTIVOS, QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO E HÍPOTHESES

Com a elaboração deste trabalho pretende-se identificar a forma como a GNR é vista pelos jovens, os factores que influenciam essa imagem e as medidas que podem contribuir para que seja positiva.

Estabelecem-se como objectivos deste trabalho, especificamente:

- Perceber como é vista a GNR pelos jovens do 12º ano de escolaridade;
- Conhecer de que forma diferentes factores contribuem para a criação da imagem dos jovens sobre a GNR;
- Perceber se os canais comunicacionais estabelecidos directamente entre os militares e os cidadãos contribuem para a melhoria da imagem da instituição;
- Perceber de que forma o Programa Escola Segura contribui para a imagem da instituição;

Face aos objectivos definidos, surgiram algumas questões. Sendo a **questão central**:

- Qual a imagem que os jovens têm da GNR?

E as **questões derivadas**:

- Quais os factores que influenciam a imagem que os jovens constroem das forças de segurança, nomeadamente, da GNR? Serão factores internos à instituição, como o comportamento dos seus militares ou são factores externos, como a família, os pares ou os *media*?
- Será o contacto directo com os militares da GNR importante para a melhoria da imagem da instituição?
- O programa direccionado para os jovens, Programa Escola Segura, contribui para melhorar a imagem desta força de segurança junto da população jovem?

Em virtude das questões colocadas, formularam-se as seguintes **hipóteses** (H):

H1: Os jovens têm uma imagem positiva da GNR.

H2: Os comportamentos e atitudes dos militares da GNR influenciam a imagem da instituição.

H3: A família (pais) interfere na formação da imagem que os jovens têm da GNR.

H4: Os pares influenciam a criação da imagem dos jovens sobre a GNR.

H5: Os *media* influenciam a produção da imagem dos jovens sobre a GNR.

H6: O contacto directo com os militares da GNR contribui para a criação de uma imagem positiva da instituição.

H7: O Programa Escola Segura tem contribuído para melhorar a imagem da GNR junto dos jovens.

1.5 METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

O presente trabalho rege-se pela metodologia científica utilizada na investigação em Ciências Sociais, encontrando-se de acordo com o recomendado por Sarmento (2008), devidamente adaptado às orientações da Academia Militar (2008).

A redacção da Parte I baseou-se na análise documental de livros, artigos, trabalhos, legislação e entrevistas exploratórias.

Para a Parte II recorreu-se ao método inquisitivo, através da aplicação de inquéritos por questionário, de modo a verificar as hipóteses formuladas e os conceitos tratados na Parte I.

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO E SÍNTESE DOS CAPÍTULOS

O trabalho encontra-se estruturado em duas partes fundamentais. A primeira é a Parte I – Enquadramento Teórico e Institucional que apresenta o referencial teórico de sustentação da segunda parte, a Parte II – Prática: Estudo - de - Caso.

A Parte I é composta por 2 capítulos, abordando o capítulo 2 a temática da imagem institucional e conceitos relacionados, como comunicação institucional, relações públicas, entre outros. O capítulo 3 aborda a imagem da GNR, realçando a importância de uma boa imagem e comunicação desta instituição e ainda efectua uma breve abordagem ao Programa Escola Segura na GNR.

A Parte II é constituída por 3 capítulos e aborda a parte prática do trabalho. Inicia-se com o capítulo 4 no qual se apresenta o trabalho de campo efectuado, seguido pelo capítulo 5 onde se faz a análise e discussão dos resultados obtidos através do trabalho de campo. Por último, o capítulo 6, onde se apresentam as conclusões e recomendações do trabalho, e se efectua a verificação das hipóteses formuladas inicialmente.

PARTE I

ENQUADRAMENTO TEÓRICO E INSTITUCIONAL

CAPÍTULO 2

IMAGEM

2.1 INTRODUÇÃO

No âmbito deste trabalho, revela-se pertinente fundamentar a análise com a revisão da bibliografia mais relevante para a mesma. Devido à abrangência de conceitos e assuntos susceptíveis de se relacionarem com este tema e às limitações impostas, seleccionaram-se aqueles que se revelam essenciais abordar, não sendo possível aprofundá-los muito.

A sociedade actual, caracteriza-se por procurar constantemente cultivar-se e informar-se, tendo perfeito conhecimento dos seus direitos. Deste facto deriva, uma exigência cada vez mais maior quanto às instituições que lhes prestam os mais variados serviços e produtos, independentemente de essas instituições serem públicas ou privadas. Estando a sobrevivência de qualquer instituição dependente do acompanhamento da sociedade e sobretudo da imagem que os públicos têm dela.

A imagem é criada através das informações que os seus públicos adquirem. Para além da que a instituição proporciona de forma intencional, as fontes de informação incidem essencialmente, no contacto directo com os membros da instituição, nas fornecidas pelos meios de comunicação social (*media*) e pela comunicação estabelecida com terceiros, na qual se trocam experiências, impressões e opiniões. Estas constituem-se como essenciais no processo de formação da imagem, uma vez que informam e ao mesmo tempo influenciam esse processo.

Ao longo deste capítulo serão inicialmente definidos alguns conceitos tidos como pertinentes para este trabalho, uma vez que interferem directamente com a temática em questão, dentro dos quais a imagem, a identidade, a cultura e a comunicação institucionais, entre outros. Posteriormente será abordada a questão da construção da imagem assim como as fontes para a construção da mesma, e ainda os elementos que a constituem. No final será efectuada uma pequena síntese do capítulo.

2.2 CONCEITOS

2.2.1 IMAGEM

O termo “imagem” pode adquirir vários significados e sentidos de acordo com os contextos e intenções com que é utilizado (Valerio e Pizzinatto, 2003; Vilar, 2004, 2006). Imagem provém do termo latino *imagine*, traduzindo reprodução, retrato, evocação (Machado *apud* Vilar, 2006), podendo também expressar ideia ou conceito e referir semelhança e aparência (Vilar, 2004, 2006). Vaz (2003), afirma que o conceito imagem se tem vindo a popularizar de forma crescente nas ciências da comunicação humana desde o início da segunda metade do século XX, e que se traduz em “um conjunto de ideias que uma pessoa tem ou assimila a respeito de um objecto, e que forma na sua consciência um entendimento particular sobre tal objecto, seja ele um fato, uma pessoa ou uma instituição” (Vaz, 2003, p.53). De acordo com Vilar (2004, p. 14, 2006, p. 17), são também particularmente importantes referências a “imagem como impressão, como concepção popular (*i.e.*, imagem pública)” tanto de uma pessoa, instituição ou país e, na terminologia específica de *marketing*, “como ideia genérica que o público tem de um produto, marca ou organização” (*Ibidem*) e que, independentemente da aceção que lhe seja atribuída, imagem assume-se sempre como “uma «representação» (*i.e.*, apresenta algo na sua ausência), que expressa tanto conceitos concretos como abstractos e traduz coisas materiais (*e.g.*, uma representação gráfica) ou incorpóreas (*e.g.*, uma representação mental)” (*Ibidem*), em que imagem como impressão é referente a concepções mentais comuns aos membros de um grupo e que representam uma atitude ou orientação.

2.2.2 IMAGEM INSTITUCIONAL

No contexto institucional são muitas as sugestões apresentadas para definir imagem institucional. Segundo alguns autores pode ser definida como um conjunto de valores, crenças, ideias, atitudes, impressões, sentimentos, julgamentos de valor e comportamentos que um público tem acerca de uma organização (Prahalad e Hamel, Kotler e Andreasen, Lemmink, Schuijf e Streukens *apud* Cerit, s.d.; Weiwei, 2007).

Por outras palavras, imagem institucional, não se entende como aquilo que a própria instituição acredita ser, mas sim, a forma como é percebida, identificada, vista e sentida pelas pessoas externas de acordo com as mensagens que a mesma lhes transmite (Ferreira, 2008; Patrão, 2009; Reis *apud* Ribeiro 2008; Ribeiro, 2006; Ruão, 2005; Silva, 2009; Vilar, 2004, 2006).

Deste modo, para definir imagem institucional, adoptou-se a perspectiva do público, uma vez que é a ele que a imagem pertence. Ou seja, é uma questão dirigida exteriormente

(aos intervenientes externos) (Price e Gioia, 2008). Como disse R. Silva (2008, p. 24), “a imagem organizacional, é um processo no qual o público é o agente activo e a organização o agente passivo, pois é o público que detém a imagem da organização”. Assim, a relação da organização com a imagem deve focar-se em avaliar a percepção exterior (o modo como são recebidos e se são recebidos os sinais por si enviados) e o grau de adequação com o posicionamento desejado (Vilar, 2004,2006).

Tendo por base todas estas definições, pode inferir-se que existe sempre algo que as relaciona. O mesmo já foi constatado por Dobni e Zinkhan *apud* Vilar (2004, 2006). Os autores evidenciam que, a imagem institucional é um conceito que pertence ao público e aquilo que ele percebe é mais importante que a própria realidade. Constataram ainda, que por resultar da interpretação, quer racional ou emocional, de cada pessoa, se trata de algo subjectivo e que pode sofrer influências através dos *inputs*¹ fornecidos pelas instituições, como por exemplo as acções de *marketing*.

A definição adoptada neste trabalho é a proposta por M. Silva (2003, p.37), que entende imagem institucional “como uma representação mental que o público forma de uma instituição a partir de diversos *inputs*, constituindo uma forma para a descrever ou recordar posteriormente”. Esses *inputs* podem originar da instituição, como as mensagens por ela enviadas, intencionalmente ou não, assim como de outras fontes, como a interacção do público com a instituição, a partilha de experiências, conhecimentos factuais e opiniões com terceiros. Como referiram Valerio e Pizzinatto (2003, p.29), “o conceito de imagem consegue traduzir a ideia de que tudo o que é oferecido ao consumidor tende a ser rotulado por ele”.

2.2.3 IDENTIDADE INSTITUCIONAL

Este conceito pode ser definido como aquilo que é mais central, distinto e duradouro de uma instituição (Whetten e Mackey *apud* Walker, 2010; Ruão, 2005), emergindo da cultura e da prática organizacional, e funcionando como um sistema de representação que a instituição cria para si e para os outros. Identidade de uma instituição é o conjunto de características e atributos que a distinguem em relação às suas congéneres (Balmer e Wilson *apud* Patrão, 2009; Gomes, 2000; M. Silva, 2003; Villafañe, 1998). Sendo que, “esses atributos integrariam as crenças e valores oriundos da cultura organizacional; os seus traços de personalidade; os símbolos identificativos e outras formas de comunicação; os vestígios da herança histórica; e os padrões de conhecimento” (Ruão, 2005, p. 4).

É a forma como os membros da instituição vêem a organização a que pertencem (Dutton e Dukerich *apud* Dhalla, 2007), e a sua crença e compreensão colectivas do que a

¹ Entenda-se por *inputs* todas as mensagens/informações recebidas pelo público.

instituição é (Gioia *apud* Dhalla, 2007). Assim, e de acordo com Villafañe *apud* Ferreira (2008, p. 14), “a identidade constituiria a forma como os membros vêem a sua própria organização, por oposição à imagem que seria a configuração que os funcionários acreditam ser atribuída pelos públicos externos”.

O objectivo da identidade institucional é proporcionar que determinada instituição alcance uma imagem favorável na comunidade onde se insere (Van Riel e Balmer *apud* M. Silva, 2003), dado que uma identidade forte junto daqueles com quem a instituição se relaciona contribui para uma imagem favorável da própria instituição (Cornelissen e Thorpe *apud* M. Silva, 2003), assim a identidade reflecte-se na formação da imagem institucional. Sendo a ligação entre identidade e imagem estabelecida a partir da comunicação institucional (Vilar, 2006).

2.2.4 IDENTIDADE VISUAL

De acordo com Melewar e Akeel *apud* Carrillo e Ruão (2005), a identidade institucional é constituída por três partes, sendo elas: o comportamento dos membros da instituição; a comunicação; e a identidade visual.

Villafañe (1998) afirma que esta é a componente na qual se pode intervir de forma mais directa, sendo também a mais tangível e mais fácil de programar, exigindo por isso um maior esforço normativo. Define-a como sendo “um instrumento de configuração da personalidade pública da empresa que expressa, explícita ou simbolicamente, a sua identidade global” (Villafañe, 1998, p.117), “através do nome, símbolo, logótipo e cor que utiliza para se distinguir a si própria” (Vilar, 2004, p.85), à qual Vilar também denomina de “identidade física da instituição”.

2.2.5 CULTURA INSTITUCIONAL

Silva (2009), refere cultura, como sendo uma característica básica da sociedade, a qual classifica a conduta comum adquirida pelos membros de uma comunidade.

“A cultura é um processo de aprendizagem”, cada instituição tem a sua história e tradição, assim como um saber – fazer acumulado, constituindo-se a cultura institucional num “património simbólico e experimental comum, com o qual os seus membros se identificam e representa uma forma de aprendizagem organizacional” (Gomes, 2000, p. 115). Sendo essa cultura entendida como um sistema de conhecimentos, valores, ideias, crenças, leis, discursos, acções e artefactos (Ruão, 1999).

Srour *apud* Orfei (2006) diz que cultura institucional é o conjunto de padrões que possibilita a adaptação dos agentes sociais à natureza e à sociedade a que pertencem, e

facilita o controlo sobre o meio ambiente, ou seja, é a forma como os componentes de uma organização a interpretam, reflectindo-se isso nos seus valores, atitudes e pensamentos (Orfei, 2006).

Para Villafañe (1998) a cultura é composta por duas zonas, uma oculta, inconsciente e não comunicável, e outra comunicável. A primeira é a sua identidade, uma vez metabolizadas as influências provenientes do meio envolvente, especialmente as que operam no processo de adaptação a esse meio, a segunda são os comportamentos explícitos, visíveis e conscientes.

2.2.6 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Comunicação, etimologicamente significa "tornar comum" ou "transmitir" algo que se torna comum (Dicionário Enciclopédico, s.d.). Comunicar é então, “pôr em comum uma informação, é partilhar uma opinião, um sentimento, uma atitude, um comportamento. Tudo isto, frequentemente, com o objectivo de convencer, persuadir (de mudar de opinião, adoptar um comportamento diferente)” (Caetano e Rasquilha, 2009, p.20).

Como animal social que é, o Homem, necessita de comunicar, e fá-lo mesmo quando nada faz ou escreve (Rego, 2010). “Essa necessidade transcorre naturalmente para as organizações (...). Porque desejamos satisfazer necessidades pessoais e sociais, ou porque pretendemos levar a cabo as nossas funções organizacionais” (Rego, 2010, p.24).

Comunicação institucional é definida como o processo pelo qual os membros de determinada instituição reúnem informação sobre esta e sobre as mudanças que nela ocorrem, fazendo-a circular de forma endógena e exógena (Thayer *apud* Ferreira, 2008), a “*comunicação da personalidade da empresa para o exterior*” (Villafañe, 1998, p. 265). Desta forma satisfazem o direito dos cidadãos à informação e, cumulativamente, a “instituição demonstra que cumpre a finalidade que justifica a sua existência, informando regularmente sobre a sua actividade/serviços” (Ferreira, 2008, p.13).

Ramos *apud* Ferreira (2008, p. 14), acrescenta ainda que “*a eficácia da mensagem institucional requer sentido de oportunidade, conhecimento da audiência, evitar interferências, aptidão para seleccionar os meios adequados e utilização dos elementos de apoio apropriados para cada caso*”. O que significa que, comunicar e como comunicar se constituem como factores bastante importantes para o sucesso da instituição, para que esta seja identificada pelo público e para que se lhes transmita uma imagem positiva do seu desempenho (Caetano e Rasquilha, 2009).

De acordo com Pacini (2005), para se consolidar a imagem institucional é fundamental comunicar os seus objectivos, crenças e valores, de modo permanente, pois é importante que os públicos entendam a instituição de forma racional e uniforme.

Como referiram Caetano e Rasquilha (2009, p.36), comunicação institucional é “todo o sistema de comunicações estabelecido não só no interior, mas também com o exterior da empresa”. Ou seja, existe a comunicação interna e a comunicação externa. Sendo a primeira a que ocorre dentro da instituição, com a finalidade de fazer com que as mais diversas informações fluam o melhor possível, de modo a atingir todos os níveis da instituição (Silva, 2009). Relativamente à segunda, a mesma será tratada de seguida, mais aprofundadamente, dado que está mais relacionada com o presente trabalho, uma vez que se refere à comunicação entre a instituição e os seus públicos.

2.2.6.1 Comunicação Institucional Externa

Esta comunicação, focando-se na opinião pública, é a responsável pelo posicionamento e pela imagem da instituição na sociedade, (Silva, 2009), pois é a que “apresenta a identidade organizacional aos *stakeholders*² externos e outras audiências”³ (Balmer e Gray *apud* Dhalla, 2007, p. 252). Geralmente é “direccionada para audiências que a organização quer informar e influenciar acerca das várias características, actividades e estratégias organizacionais”⁴ (Dacin e Brown; Gioia *et al. apud* Dhalla, 2007, p. 252). Ou seja, a comunicação com as audiências externas é geralmente uma tentativa de projectar a imagem organizacional que reflecte as características organizacionais, para persuadir essas audiências a compreenderem e julgarem a imagem da organização como sendo favorável, atractiva e aceitável (Kowalczyk e Pawlish; Suchman *apud* Dhalla, 2007).

Segundo Balmer e Greyser *apud* Walker (2010, p. 366), imagem organizacional pode ser descrita como “vários canais comunicacionais dispostos pelas organizações para comunicar com os clientes e outras entidades”⁵. Afirmando Wiiio *apud* Rego (2010, p. 25) que “se a comunicação falha, uma parte da estrutura organizacional também falha”. No mesmo sentido, Ferreira (2008) entende que o crescimento e desenvolvimento de uma qualquer instituição dependente da confiança que os seus públicos lhe depositam, sendo que esta confiança só poderá existir se entre ambos se manter um ambiente comunicacional bom, ou seja, um diálogo permanente. O que evidencia a importância que a comunicação organizacional tem na construção da imagem das instituições.

² Por *stakeholders* entendam-se as partes interessadas, intervenientes, públicos de interesse, ou ainda públicos-alvo.

³ A tradução é da responsabilidade do autor.

⁴ *Ibidem*.

⁵ *Ibidem*.

É através de processos comunicativos que as instituições são capazes de perceber como podem traduzir a imagem que ambicionam que determinado público detenha, “imagem pretendida”, em “imagem percebida”, aquela que de facto é construída pelo receptor (Ruão e Farhangmer, 2000, p.4; Patrão, 2009, p. 6). Imagem pretendida é também designada, de acordo com a revisão de Walker (2010, p.366), de “imagem desejada” e a imagem percebida de “imagem real”. “Assim, a comunicação deve ser uma espécie de porta-voz da imagem institucional e nunca um meio distinto dela” (M. Silva, 2003, p.44).

Esta comunicação, segundo Grof *apud* Dhalla (2007), serve para comunicar a estratégia da instituição e estabelecer alianças com audiências externas, podendo ser feita através de relatórios anuais da instituição, material de publicidade, estratégias de *marketing*, estratégias de divulgação da marca e estratégias de relações públicas. Visando estas últimas, ajustar o objecto da comunicação aos interesses dos diversos públicos da instituição (Silva, 2009).

Contudo, não são somente estas as formas de comunicação. Estas são aquelas que a instituição consegue controlar, existindo no entanto, outras que não estão ao seu alcance orientar. Como exemplos de comunicação não controlada temos os enunciados por Vilar (2004,2006), sendo eles, o comportamento dos funcionários, a comunicação dos funcionários com terceiros e a comunicação indirecta (a partir de terceiros). Pelo que, no que respeita aos dois iniciais, deve a instituição preocupar-se em saber como os seus funcionários interagem com o público, e qual a percepção do público relativamente aos mesmos, para que se possam colmatar erros que existam nesses processos comunicacionais.

2.2.7 RELAÇÕES PÚBLICAS

As relações públicas são um “conjunto de técnicas e processos destinados a promover a imagem de uma instituição e a assegurar a boa vontade do público relativamente a ela, à sua prática e aos serviços que presta ou pretende prestar à colectividade” (Caetano e Rasquilha, 2009, p.34). Ou seja, contribuem para “facilitar a sua integração na colectividade, tornando o público receptivo às suas iniciativas” (*Ibidem*), criando uma imagem positiva entre as entidades interessadas numa organização (R. Silva, 2008).

As relações públicas ajudam a estabelecer e manter linhas de comunicação mútuas, entendimento, aceitação e cooperação entre uma instituição e os seus públicos (Cutlip, Center e Broom, 2001). Devendo ser realizadas de acordo com os fins da empresa, mas atendendo sempre que estes devem coincidir com os do público e manter-se estes últimos informados das actividades e intenções da instituição através dos meios de comunicação social (J. Cabrero e M. Cabrero, 2007).

Caetano e Rasquilha (2009), afirmam que esse fluxo de informação da instituição para os meios de comunicação dever ser contínuo e regular, pois sendo a instituição a fornecer todas as informações evita que as mesmas sejam deturpadas, falseadas ou distorcidas, conseguindo uma boa difusão. Declaram ainda, que uma instituição “que se preze deve procurar levar à opinião pública, através dos *media*, todos os acontecimentos e actos que nela tenham lugar, com objectividade e clareza. Daí retirará os seus «frutos» ” (Caetano e Rasquilha, 2009, p.47).

Assim, cabe às relações públicas informar o público e recolher a opinião do mesmo relativamente à instituição e aos serviços por ela prestados. Esse *feedback* vai permitir ao profissional de relações públicas organizar e planear a sua actividade, já que o conhecimento da opinião pública lhe permite projectar uma política institucional mais correcta e objectiva consoante o público-alvo (Caetano e Rasquilha, 2009). Contudo, para dar significado ao *feedback*, têm de ter estabelecidos, previamente, objectivos, para que com a recolha da informação, saber se está ou não a cumprir os mesmos e se os *inputs* fornecidos são os apropriados para os alcançar. Em suma, é tarefa das relações públicas gerir a comunicação entre a instituição e os seus públicos, tanto interno como externo, para construir, administrar e melhorar a sua imagem ou manter um perfil positivo (Vieira, 2008).

2.2.8 OPINIÃO PÚBLICA

Segundo R. Silva (2003, p.12), “quando uma ideia ou juízo (errado ou não) começa a ser comungado por um grupo de pessoas e tal ideia determina uma animosidade ou uma relação colectiva, pode inferir-se que se está perante o que vulgarmente é designado por Opinião Pública”.

Alguns autores afirmam que a força da opinião pública aumenta constantemente em todo o mundo com a conversão da comunicação num fenómeno global (Cutlip *et al.*, 2001). E que os seus padrões psicossociais orientam o comportamento de cada indivíduo e, por consequência, as suas atitudes e acções (Vaz, 2003), influenciando os comportamentos individuais e de grupos (R. Silva, 2003).

Surgindo “como um consenso colectivo associado a um determinado assunto de interesse público ou geral (...) cria e destrói mitos, levanta e derruba governos, cria e desfaz ídolos, beneficia ou denigre a imagem e pode afectar quase sempre o prestígio das instituições” (R. Silva, 2003, p.13). Sendo opinião pública, “tanto um público que opina como o que opina um público”, e a sua sondagem é o meio que permite ajustar as decisões dos cidadãos às da instituição (R. Silva, 2003, p.14).

2.3 CONSTRUÇÃO DA IMAGEM INSTITUCIONAL

Tendo por base o princípio de que é o público quem detém a imagem, e que a vai construindo à medida que recebe *inputs* (Vilar, 2006), pode afirmar-se que essa construção se estabelece a partir de um processo de recepção (Ruão e Farhangmer, 2000) e percepção, uma vez que à medida que se recebe nova informação a mesma é percebida e é-lhe atribuído um significado (Ferreira, 2008).

Este processo varia de pessoa para pessoa, uma vez que os indivíduos apresentam diferentes graus de contacto com o objecto, as crenças, valores, atitudes e percepções também diferem de uns para os outros, porque cada um apresenta um modo diferente de processar os dados (Kotler e Fox *apud* M. Silva, 2003; Schuler, 2004). Sendo então, a imagem influenciada pelas características objectivas da instituição, como pelas características individuais de quem as recebe.

Schular (2004) menciona que a imagem formada pelos indivíduos depende: das informações que o próprio tem da instituição; da maneira como adquiriu essa informação; da forma personalizada de categorizar as informações; da percepção da conexão resultante da confrontação de novas informações com as já constantes na memória; da percepção da conexão entre os elementos de informação; e da maneira pessoal de aceder à informação e recuperar os dados que têm armazenados a fim de pensar sobre eles.

De acordo com Vilar (2006, p.47), a “formação da imagem é o processo através do qual um conjunto de estímulos (experiências) é reconhecido (seleccionado), interpretado (é-lhe atribuído significado) e organizado (retido) na memória de acordo com determinadas categorias e estruturas”, e sempre que surge um novo estímulo “as percepções, os conhecimentos e atitudes ligados a determinado objecto e acumulados na memória são recuperados para reconstruir a imagem que lhes está associada” (*Ibidem*).

Deste modo, sempre que um novo *input* sobre a instituição é recebido, é confrontado com os dados retidos na memória. Desta confrontação resulta a confirmação da imagem, caso o novo *input* coincida com os dados pré-existentes, ou a sua reestruturação, caso seja alterado algum atributo, de forma a adequar-se à nova informação considerada verdadeira, formando-se através deste processo a imagem que cada indivíduo tem da instituição (M. Silva, 2003; Vaz, 2003).

Contudo, existe nas pessoas uma propensão para preservarem a imagem por si já criada, fazendo com que as informações que a reforcem sejam mais facilmente absorvidas do que aquelas que a contrariam, o que leva à necessidade de um investimento e trabalho persistentes na formação da imagem, para vencer a resistência à mudança (Vaz, 2003). Pois “quanto mais fixa a imagem que uma pessoa faz de determinado objecto, mais difícil se torna convencê-la de que não corresponde à realidade” (Vaz, 2003, p. 55). Surgindo assim a

necessidade de se começar a trabalhar o quanto antes a imagem da instituição junto do público.

Westphalen *apud* Ferreira (2008, p. 20), afirma que “boa ou má, uma imagem não é definitiva: evolui com o tempo [e também] não é universal: varia em função do público em questão”. Tornando-se assim relevante o conceito de imagem pública⁶, resultante dum processo de partilha de experiências e mensagens dentro de determinado público-alvo, o que implica reconhecer que existem várias imagens (públicas) de acordo com os vários grupos sociais, culturas ou subculturas (Vilar, 2006). Segundo Bromley *apud* Vilar (2006), tal acontece, entre outras razões: pelo facto de o comportamento da organização variar consoante o grupo em causa; pelos diversos públicos serem compostos por indivíduos com expectativas diferentes – diferentes quadros de referência, preocupações, tipos de informações e comportamentos e, pelo facto de cada público ter diferentes líderes de opinião, redes de comunicação e influências conjunturais.

Ruão e Farhangmer (2000, p. 4), afirmam que imagem institucional resulta sempre “de um processo construtivista, que tem origem na fonte [instituição], sendo transferida pela comunicação, e resultando numa percepção pessoal do destinatário”, o que vai ao encontro do descrito por Villafañe (1998, pp.30, 31), em que o processo de formação da imagem é um “conceito construído na mente do público (...) a partir de um estímulo não necessariamente real” fornecido pela instituição através das suas “possíveis actuações, voluntárias ou involuntárias, com ou sem intenção comunicativa”, sendo o mesmo “corrigido pelo público (trabalho perceptivo)”. De acordo com o autor, o estímulo representa a identidade da empresa, e a diferença entre esta e a imagem é representada pelo trabalho corporativo, podendo este ser feito através da identidade visual⁷, da cultura e da comunicação corporativas. O esquema explicativo para o processo de construção de imagem por si proposto é (Villafañe, 1998, p. 30):

Identidade + Trabalho Corporativo → Imagem

Villafañe (1998) refere também que a imagem de uma instituição é uma representação isomórfica da identidade da própria instituição: representação, por ser um conceito formado na mente dos públicos; isomórfica, pelo facto da imagem ser uma equivalente estrutural da identidade da instituição. Caetano e Rasquilha (2009) também afirmam que a imagem que se aproxima do público externo é o espelho da identidade institucional.

Villafañe (1998) refere ainda que, para a construção de uma imagem positiva existem pelo menos três factos determinantes nos quais se devem apoiar. O primeiro facto é que a imagem se deve basear na realidade da instituição, devendo esta última geri-la de acordo

⁶ Geralmente designada apenas por «a imagem».

⁷ Componente da identidade onde é possível a intervenção comunicativa.

com a sua estratégia global de gestão, a fim de aproximar a realidade corporativa com a imagem que pretende dar, de modo a obter posteriores repercussões positivas. O segundo prende-se com o facto de fazer com que na mente do público prevaleçam os pontos fortes da instituição, implicando este, uma rigorosa gestão da comunicação, das relações externas e uma configuração eficiente da imagem, a fim de fazer coincidir a imagem intencional com a imagem construída na mente do público. Por último, a gestão de uma imagem positiva, exige a coordenação das políticas formais com as funcionais, ou seja, as políticas funcionais (e.g. produção, etc.) devem ser geridas dependentemente da identidade, da cultura e da comunicação corporativas (políticas formais).

Schuler (2004), mencionou ainda que a instituição pode influenciar positivamente os indivíduos no processo de construção da imagem, desde que: informe constantemente os objectivos da organização, características e formas de trabalho; siga o processo de criação da sua imagem pelos diferentes públicos, de forma a avaliar o seu desenvolvimento e configuração; e por fim, planeie novas formas de comunicação com os públicos de modo a manter e melhorar a imagem desejada.

Assim, se uma instituição desejar manter uma imagem positiva junto do público tem de lhe dar a conhecer as suas actividades, o seu trabalho e a instituição, através de um sistema permanente de comunicação (Caetano e Rasquilha, 2009).

2.4 FONTES DE INFORMAÇÃO PARA CONSTRUÇÃO DE IMAGENS

Todas as fontes de informação são produtos da comunicação (Azevedo, 2009), pelo que todos os tipos de informação aqui explanados resultam de processos comunicacionais entre os respectivos elementos, atendendo ao tipo de informação que se esteja a tratar.

Para a construção da imagem de uma determinada instituição, não pode ser tida em conta apenas as informações que esta fornece. Além dessas, existem outras que resultam das variadas relações que as pessoas podem ter entre si, assim como outras entidades.

Murray *apud* M. Silva (2003) expõe que são duas as fontes de informação utilizadas para construir imagens, sendo elas fontes internas e fontes externas. Por fontes internas entende aquelas que resultam de experiências anteriores de cada indivíduo. Já as fontes externas são divididas em dois tipos, fontes pessoais e impessoais. Fontes pessoais são e.g.: família, amigos, vizinhos e, fontes impessoais: panfletos das instituições, revistas, jornais, televisão.

Alves, Eiglier e Langeard, Kotler e Fox, Villafañe *apud* M. Silva (2003), dividem estas duas fontes em três tipos. Sendo esses tipos de informação os meios de comunicação

massivos, as relações interpessoais e a experiência pessoal, seguidamente explicados de acordo com a opinião dos autores.

Os primeiros, os meios de comunicação massivos, são entendidos como uma fonte indirecta e, incluem tanto as mensagens directamente controladas pela organização, como as notícias. Estas últimas são muito pouco controladas pela instituição. Como referiu Silva (1998), os meios de comunicação social interagem com um elevado número de pessoas, e uma vez que as sociedades actuais apresentam um elevado grau de dependência dos “*mass media*”, estes surgem como um “veículo privilegiado” na elaboração e difusão de informação, que contribui, sem dúvida, na determinação da imagem das instituições.

Como referiu Giddens (2004, p. 456), os meios de comunicação “têm uma larga influência nas nossas experiências e na **opinião pública**, não apenas por afectarem as nossas atitudes de várias formas, mas também porque são os *meios de acesso* aos conhecimentos de que dependem muitas das nossas actividades sociais”. Refere ainda que, “os meios de comunicação social de massa vieram desempenhar um papel fundamental na sociedade moderna” e que “a sua influência nas nossas vidas é profunda” (Giddens 2004, p. 488). Segundo Habermas *apud* Giddens (2004), estes contribuem para a criação da esfera da opinião pública.

Relativamente às relações interpessoais, estas são também entendidas como fonte de informação indirecta e que, em diversas vezes, são mais influentes na formação da imagem do que os meios de comunicação. Dentro desta fonte, são de destacar a influência dos “grupos de referência” e a dos “líderes de opinião”. O primeiro determina a conduta do indivíduo, uma vez que este aceita como verdadeiras as informações partilhadas pelo grupo e/ou porque emprega no seu comportamento os valores partilhados pelo grupo. Os líderes de opinião são indivíduos que têm um maior conhecimento, envolvimento e domínio numa determinada área, o que lhes confere um alto grau de credibilidade. Neste tipo, deve ter-se em conta o fenómeno “andar de boca em boca”, também conhecido como “passa palavra”. Tal fenómeno assemelha-se ao conceito de rumor e resulta da socialização dos indivíduos, consistindo na transmissão de informações, quer positivas ou negativas, relativamente a um serviço prestado pela organização, em que tal só constitui tema de conversa consoante o indivíduo que o experimentou tenha ficado muito satisfeito ou muito decepcionado. Para Silva (1998), este é considerado como o nível mais importante de comunicação, pois um indivíduo relaciona-se com o mundo dos outros no contexto social, o que faz com se seja influenciado por eles. O que por outras palavras significa que, nas relações das pessoas como pertencendo a um determinado grupo social ou cultural, são estabelecidas correntes de pensamento entre indivíduos, existindo troca de experiências e informações com o objectivo de informar e influenciar mutuamente pensamentos e atitudes (Silva, 2009).

No público-alvo estudado neste trabalho, os jovens, podem ser considerados como integrantes neste tipo de informação a família e os pares. De acordo com Sprinthall e Collins (2003, p. 296), a família é considerada “como o primeiro dos (...) contextos, no seio dos quais têm lugar as transformações físicas, cognitivas e sociais primárias da adolescência”, sendo que, “a família determina as nossas primeiras relações sociais, assim como os contextos onde ocorre a maior parte das aprendizagens iniciais que efectuamos, acerca das pessoas, situações” e que “estas aquisições exercem uma grande influência na nossa personalidade” (*Ibidem*). Os mesmos autores afirmaram também que as “influências da família no desenvolvimento do adolescente têm início muito antes da adolescência; porém, são particularmente importantes durante a segunda década da vida” (*Ibidem*). Quanto aos pares, é afirmado que “o grupo de colegas influencia igualmente o desenvolvimento destas características [físicas, cognitivas e sociais]”, desempenhando assim “um papel complementar no desenvolvimento” (Sprinthall e Collins, 2003, pp. 358, 400).

A experiência pessoal caracteriza-se por ser uma fonte de informação directa, sendo talvez, a mais decisiva na formação da imagem de uma organização. Dentro desta fonte, estão englobadas, como o próprio nome indica, todas as experiências individuais, que se fundem com a sua fonte de informação pessoal, desde o contacto e interacção com membros da instituição, os comportamentos a que assistem dos mesmos, etc.

2.5 ELEMENTOS DA IMAGEM INSTITUCIONAL

“Os factores que influenciam a imagem denominam-se «elementos da imagem institucional». Esses elementos estão subdivididos em quatro grupos distintos” (Caetano e Rasquilha, 2009, p.49).

Segundo os autores, compõem o primeiro grupo, os elementos humanos, ou seja, o conjunto das pessoas que constituem a instituição, assim como as inter-relações (comportamentos e atitudes) entre estas e outros indivíduos, quer do interior como do exterior da instituição. Este conjunto tem de ter consciência que a boa imagem da instituição depende de todos os seus comportamentos e atitudes para com os elementos do exterior, e não exclusivamente do trabalho das relações públicas. Pelo que existe a necessidade de se esclarecer e formar o pessoal que entra em contacto com o público.

O segundo grupo é constituído pelos elementos físicos e materiais, no qual se encontram as instalações onde funciona a instituição e/ou o serviço e todos os equipamentos técnicos, mobiliários ou gráficos.

No terceiro grupo incluem-se os elementos psicossociológicos, fazendo parte deste todas as políticas adoptadas pela instituição, como as políticas de recepção de novo pessoal, de formação e reciclagem dos funcionários, de promoção, salariais, sociais,

económicas. Embora este grupo não seja directamente visionado pelo público, é bastante importante, uma vez que todos os elementos que pertencem à instituição são, no fundo, relações públicas da mesma, pois são eles que comunicam primeiramente com o exterior aquilo que se passa dentro da instituição. Pelo que, se não se encontrarem satisfeitos com as políticas da mesma, existe uma forte probabilidade de transmitirem uma má imagem.

A qualidade dos bens e serviços prestados correspondem ao quarto grupo. Este parece ser o elemento que mais directamente possibilita ao público em geral fazer uma classificação da instituição e formar a sua opinião sobre ela. A prestação de um bom serviço ou a produção de um bem de qualidade revelam-se essências para a formação de uma imagem favorável da instituição. Uma forma corrente de avaliar a qualidade do serviço ou bem prestado é o contacto com os elementos humanos pertencentes a diferentes públicos.

2.6 SÍNTESE

A imagem de uma instituição encontra-se permanentemente em construção ou reconstrução. Este processo é activado pelas informações que se recebem directamente da instituição, assim como de outras fontes, como as relações entre indivíduos, os meios de comunicação e ainda as experiências anteriores de cada pessoa. O público-alvo deste estudo, os jovens, parece ser influenciado por todas estas fontes de informação.

Constatou-se que as instituições devem estabelecer uma comunicação permanente com o público, revelando-lhe continuamente os seus objectivos, intenções e actividades, de forma a eliminar equívocos que possam surgir em relação à instituição. Estes canais comunicacionais parecem permitir também fazer uma avaliação da percepção do exterior em relação à instituição, para se compreender qual a opinião pública sobre a mesma e, consequentemente, a imagem que o público externo tem dela. O que permitirá delinear estratégias para melhorar a sua imagem.

Uma peça – chave na imagem das instituições é as relações públicas. Estas “servem – ou poderiam servir – para convencer a «opinião pública» de que a actuação de uma grande instituição é correcta porque visa o bem comum (porque visa o bem comum, mesmo que tenha má cara) ” (Garcia *apud* Vieira 2008, p.15). São as relações públicas que devem estabelecer linhas de comunicação com o público, para fornecer e recolher informação.

Para além das relações públicas constituídas formalmente na instituição, todos os outros membros da mesma interagem directamente com o seu público. Deste modo, pode considerar-se que todos os membros da instituição funcionam como relações públicas, dependendo deles, em grande parte, a imagem da instituição. Constituindo-se assim, como um elemento bastante importante na formação da imagem da instituição o relacionamento e comportamento que os seus membros têm para com o público.

CAPÍTULO 3

A IMAGEM DA GNR

3.1 INTRODUÇÃO

Como afirmou Alves (2008), a sociedade portuguesa tem vindo a sofrer várias mudanças culturais e sociais, e como a GNR faz parte integrante da sociedade, tem de acompanhar estas transformações. Neste contexto refere que, “Umas Forças de Segurança que não acompanhem a sociedade acabam sendo rejeitadas por ela” (Alves, 2008, p.93).

O desenvolvimento e divulgação de uma boa imagem da GNR é fundamental para que os cidadãos confiem na instituição e, conseqüentemente, acreditem que a mesma desenvolve esforços com o fim último de garantir a segurança da população. A comunicação da instituição GNR é um factor de extrema importância na formação da sua imagem, assim como o comportamento dos seus militares, pois é através deles que a maioria dos processos comunicacionais se desenrolam.

Os programas especiais que fazem parte do policiamento de proximidade que a GNR possui, são contributos preciosos para a manutenção de uma boa imagem da GNR, para com os seus mais variados públicos e como tal devem ser aproveitados. Relativamente ao público-alvo deste estudo, os jovens, o programa específico direccionado para o mesmo é o Programa Escola Segura. Este contribui para relações positivas e sustentáveis entre todas as crianças e jovens e a polícia.

Ao longo deste capítulo será reflectida a importância da imagem da Guarda, seguida da sua comunicação e relações públicas, posteriormente será abordado sucintamente o Programa Escola Segura e por último apresenta-se uma breve síntese.

3.2 IMPORTÂNCIA DA IMAGEM DA GNR

“A imagem de uma empresa é o maior bem patrimonial que ela possui” (Fontes, 2005, p.22), “o valor da imagem de uma organização é um activo precioso que carece de investimento e importa zelar e preservar” (Ferreira *et al.*, 2006, p.3), e “a imagem transmitida para o exterior assume um papel fundamental para a sobrevivência e bom funcionamento de uma instituição” (Ribeiro, 2008, p.1), passando-se o mesmo com a instituição GNR.

Tendo a Guarda a missão e atribuições que lhe são confiadas nos Art.^{os} 1º e 3º da Lei que aprova a sua Orgânica, Lei n.º63/2007, de 06 de Novembro, “é necessário transmitir uma imagem que projecte para o exterior uma organização singular, fiável e dinâmica, conciliando os valores e padrões tradicionais com as exigências que as constantes adaptações e ajustamentos sociais implicam” (Ferreira *et al.*, 2006, p.3). Porque “uma imagem positiva é o requisito básico prévio para estabelecer uma relação positiva e privilegiada, directa ou indirecta, com diferentes públicos-alvo” (Ferreira, 2008; Patrão 2009) e é uma fonte de prestígio e confiança junto da opinião pública (Reis *apud* Ribeiro, 2008). Características essas, essenciais para que as acções da GNR possam ser aceites e compreendidas pelos cidadãos. E consequentemente, para que os cidadãos acreditem que os esforços desenvolvidos pela GNR visam a sua segurança e liberdade.

Deste modo, se tiverem uma imagem positiva da Guarda e confiarem na mesma, as populações sentir-se-ão seguras, e encontrarão justificação para que a mesma tenha continuidade. Caso contrário, se não confiarem em quem detém o dever de os proteger (GNR) e esta não lhes proporcionar um sentimento de segurança, os cidadãos não verão necessidade para sua existência na sociedade actual.

Em comparação com as restantes instituições, também a GNR apresenta os mesmos elementos na composição da sua imagem. Ou seja, os elementos humanos, físicos ou materiais, organizacionais (psicossociológicos) e a qualidade dos serviços prestados (Pereira, 2008). Em que o primeiro faz referência às atitudes e comportamentos de todos os militares que integram a Guarda, e que estes, em serviço ou fora dele, são agentes de relações públicas. Tal com afirmaram Salmi, Voeten e Keskinen (2000), as representações de memória que determinada pessoa detém do comportamento da polícia, contribui para a imagem da mesma. Como diz o n.º 2 do Art.º 2º do Decreto-Lei n.º 297/2009, de 14 de Outubro – Estatuto dos Militares da GNR – “O militar da Guarda é um «soldado da lei», que se obriga a manter em todas as circunstâncias um bom comportamento cívico e a proceder com justiça, lealdade, integridade, honestidade e competência profissional, de forma a suscitar a confiança e o respeito da população e a contribuir para o prestígio da Guarda e das instituições democráticas”. Ao longo do estatuto constam deveres pelos quais os militares desta força de segurança devem reger os seus comportamentos, existindo ainda outros diplomas legais⁸ que norteiam os mesmos, como o Regulamento de Disciplina da GNR e o Código Deontológico do Serviço Policial⁹, e ainda outros, tais como, o Código de Honra do Militar da Guarda¹⁰ e o Código de Conduta¹¹. Podendo retirar-se entre outros os seguintes deveres, pelos quais os militares devem pautar o seu comportamento e atitudes:

⁸ Art.º 5º do Estatuto dos Militares da GNR.

⁹ Anexo F.1 – Código Deontológico do Serviço Policial

¹⁰ Anexo F.2 – Código de Honra do Militar da Guarda

¹¹ Anexo F.3 – Código de Conduta dos Militares da Guarda

respeito pelos cidadãos; correcção nas actuações; imparcialidade; proporcionalidade do uso da força; honestidade e não serem demasiado autoritários. O segundo elemento reporta-se às instalações, equipamentos e uniformes, devendo estes seguir a evolução tecnológica e adaptarem-se progressivamente às novas necessidades que vão surgindo. O terceiro refere-se, *e.g.*, aos alistamentos, condições de promoção, salários e directivas difundidas por parte do comando. Se os militares estiverem agradados com estas políticas, transmitirão para o exterior, nas suas inter-relações, uma boa imagem da instituição, mas caso estejam desagradados, transparecerão uma imagem mais negativa. Por fim, a qualidade dos serviços prestados, no sentido destes serem entendidos pelo público externo como sendo ou não de qualidade, vão influenciar a imagem positiva ou negativamente, respectivamente.

Ao longo deste trabalho apenas serão analisados os primeiro e quarto elementos, ou seja os elementos humanos (comportamento e atitudes dos militares) e a qualidade dos serviços prestados. Devido ao facto de estes dependerem directamente da instituição e dos militares que a integram. Podendo apenas com a sua vontade serem alterados, caso se demonstre ou não necessário. Enquanto que os elementos físicos (equipamentos, instalações), não estão ao alcance directo da Guarda e os elementos organizacionais não são do conhecimento geral do público-alvo em questão.

3.3 COMUNICAÇÃO NA GNR

Como já foi verificado, a comunicação é um factor de extrema importância na formação da imagem de determinada instituição, não sendo excepção na GNR, pelo que se deve, em todo o momento, ter em atenção a todos os processos comunicacionais estabelecidos, pois estes vão influenciar a imagem da Guarda.

De acordo com Pereira (2008, p. 7), a imagem da GNR “caracteriza-se pela representação da Instituição (GNR) no seio da população civil”. Podendo a mesma ser “favorável ou desfavorável em função dos procedimentos comunicacionais que os seus Militares estabelecem, não só uns com os outros, mas também com o cidadão e com os órgãos de comunicação social locais” (*Ibidem*).

Pereira (2008, p.13), alerta para a necessidade de se desenvolverem esforços “capazes de estabelecer uma compreensão mútua entre a nossa instituição [GNR], ao nível pessoal, e entre todos os indivíduos, ou grupos, com os quais a Guarda, se encontra directa ou indirectamente ligados (população civil)”. Porém, estes esforços de compreensão, só poderão ser estabelecidos se forem mantidos canais comunicacionais que possibilitem a troca de informação entre eles.

É a comunicação da GNR, entendida então como um factor bastante importante na criação da imagem da instituição e, Pereira (2008, p.11), reforça essa ideia dizendo que,

“Podemos resumir a quatro as vertentes fundamentais da criação, desenvolvimento e projecção da imagem institucional [GNR]”. Sendo elas: a comunicação institucional; a comunicação interna; a comunicação com órgãos de informação; e a comunicação de crise.

Seguindo a linha da autora, a comunicação institucional, projecta através da informação proporcionada à comunicação social, a imagem que pretende construir ou consolidar. Por outro lado, a comunicação interna tem como finalidade, informar e motivar os públicos internos da instituição. A comunicação com os órgãos de informação visa estreitar laços eticamente correctos com os órgãos de comunicação social e jornalistas, dado que estes são os principais meios de informação e formação da opinião do público em geral, e como referiu Ribeiro (2008, p. x) “A Comunicação Social tem o poder instantâneo de construir e destruir a imagem de uma instituição (...) portando um papel cada vez mais relevante ao nível da projecção de imagem, perante um público mais exigente”. Por último, a comunicação de crise é utilizada para prevenir a eclosão de crises, ou caso estas ocorram, para reduzir ou neutralizar os seus efeitos.

Como mencionaram Lindon *et al.* (2009), é o *feedback* que faz da comunicação um processo dinâmico, e permite que a mesma se desencadeie em dois sentidos – do emissor para o receptor e vice-versa. Afirmam ainda, que esta comunicação é mais eficaz que a comunicação com apenas um sentido, como por exemplo a publicidade tradicional. Isto revela-se de extrema importância, pois com referiu Fontes (2005, p.10), o público “pode assumir um papel muito importante e fundamental de grande aliado da empresa, contribuindo efetivamente para a manutenção da sua boa imagem (...) ou (...) pode tornar-se um inimigo determinado e com grande poder para ferir a imagem da empresa”. Para tal, as instituições necessitam conhecer e entender os seus públicos, para poder ir ao encontro das suas expectativas. Salmi *et al.* (2000) afirmaram que, para estabelecer e manter boas relações entre as polícias e os seus públicos, o *feedback* dos cidadãos sobre o trabalho da polícia é necessário, sendo a imagem do público sobre a polícia de importância vital.

O mesmo se aplica à GNR, pois ao efectuar comunicação nos dois sentidos, pode recolher informação acerca da opinião que os seus públicos têm da instituição, e desse modo planear estratégias de a fortalecer, caso a opinião seja positiva, ou alterá-la, caso seja negativa. Por exemplo, a Polícia de Edimburgo¹², efectuou um workshop com jovens para saber a sua opinião sobre a polícia, e declarou que eles são uma ferramenta muito importante para a definição de novas estratégias.

Uma das formas que a GNR possui de estabelecer uma comunicação contínua, e que não deve negligenciar, é através do policiamento de proximidade¹³. Este permite-lhe criar uma relação de proximidade e visibilidade entre o cidadão e o guarda, melhorar a

¹² Ver Anexo G – Notícia da Polícia de Edimburgo

¹³ Ver Anexo H – Policiamento de Proximidade

comunicação e promover a ligação com todos os actores sociais relevantes, fomentar a noção de serviço público e da sua qualidade, criando um sentimento de satisfação nos destinatários, fazendo com que os cidadãos confiem nesta força de segurança, o que influenciará positivamente a imagem que constroem desta.

Como referiram Rodrigues, Bengala, Delgadinho, Nunes e Simões (2003), este tipo de policiamento permite à GNR dar a conhecer o esforço dispendido pela força e a actividade desempenhada pela mesma, o que contribui para uma maior afirmação e prestígio da instituição, pois existe um maior relacionamento com as populações, aumentando a empatia entre ambos e fazendo com que as últimas cooperem e confiem na Guarda. Os autores referiram ainda, que o policiamento de proximidade se traduz num meio comunicacional bastante proveitoso para a GNR, pois “é um policiamento feito junto das comunidades auscultando os seus problemas, no sentido de lhes dar solução ou de os encaminhar para as entidades competentes a fim de serem resolvidos” (Rodrigues *et al.*, 2003, p.4).

Este tipo de policiamento é orientado para a protecção dos cidadãos em geral, e em particular, das pessoas especialmente vulneráveis, como as crianças, os jovens, os idosos e as vítimas de maus tratos (Carta de Missão da GNR, 2008), constituindo-se como objectivo estratégico, no Quadro de Avaliação e Responsabilização (QUAR) da GNR, reforçar o policiamento de proximidade (QUAR da GNR, 2009, 2010). Ao nível das crianças e jovens, o policiamento de proximidade, apresenta um programa especial, o Programa Escola Segura (PES), tratado posteriormente.

3.4 RELAÇÕES PÚBLICAS NA GNR

“As Forças de Segurança têm que fazer um esforço grande (...) no sentido de cuidar da sua imagem junto da opinião pública; mas aqui impõe-se utilizar (...) as técnicas de relações públicas, preferencialmente às da propaganda ou da publicidade”, assim como “adequar a recolha e o tratamento das informações ao desempenho actualizado da função polícia” (Alves, 2008, pp.98, 171).

De acordo com o n.º 2 do Art.º 26º da Lei n.º63/2007, e da alínea b) do n.º 1 do Art.º 1º do Despacho 4501/2010, de 15 de Março, as relações públicas da Guarda estão na dependência directa do Comandante-Geral e pertencem à Divisão de Comunicação e Relações Públicas (DCRP). Apresentando entre outras, as seguintes competências: a promoção e desenvolvimento da imagem institucional e, planejar, coordenar e executar as actividades de informação pública (Art.º 4º Despacho 4501/2010).

Tal como as outras instituições, também a GNR interage, no exercício da sua missão, com diversos públicos, resultando então a importância de “manter uma relação de comunicação efectiva com esses públicos, identificando as suas necessidades de

comunicação e veiculando informações relevantes de modo a informá-los e mobilizá-los para os grandes objectivos da instituição” (Pereira, 1999, p.33), estando esta tarefa atribuída às relações públicas da instituição. Têm ainda “a responsabilidade de criar um sentimento de confiança que o cidadão deposita nesta Força de Segurança” (Ribeiro, 2008, p.13), e assegurar a sua proximidade através dos meios de comunicação social e outras actividades externas, com o intuito de “dar a conhecer a actividade operacional da Guarda, que existe para que o bem-estar e a segurança de todos sejam sempre salvaguardados” (*Ibidem*).

Tendo as relações públicas um papel de relevo na aproximação do público às instituições policiais (Quiar, 2001), podem traduzir-se segundo Ashenhust *apud* Quiar (2001, p. 11), em quatro formas fundamentais, que são “A publicidade pela imprensa e pela rádio. Os contactos pessoais entre o cidadão e o polícia. O que dizem os demais sobre a polícia. O que o cidadão observa da polícia.”

A GNR, face aos objectivos específicos que a caracterizam e a distinguem da maioria das instituições apresenta para as suas relações públicas três formas distintas, sendo elas: ocupar-se com a informação que devem comunicar aos cidadãos de modo a colocá-los a par da função social que a Guarda desempenha; a tentativa da persuasão dos cidadãos, para modificar as suas atitudes e comportamentos em relação à GNR; e o esforço interno para que os comportamentos e acções dos seus militares transmitam aos cidadãos uma imagem favorável da instituição (Pereira, 1999), pois como disseram Salmi *et al.* (2000), as acções dos militares contribuem para a imagem da polícia.

Como referiu a autora (Pereira, 1999, p. 4) “Todas estas formas têm reflexos na construção de uma imagem institucional, podendo esta ser negativa ou positiva”. Acrescentando que será negativa, enquanto o trabalho, nas formas acima enunciadas, for desarticulado e enquanto pensarem que a boa imagem da Guarda é somente da responsabilidade de alguns. Passando a positiva, assim que todos os elementos que constituem a GNR, tomarem consciência que todas as suas atitudes e comportamentos diários, quer internos ou externos, marcam a sua imagem.

3.5 PROGRAMA ESCOLA SEGURA

O PES¹⁴ é um programa especial de prevenção e policiamento, de âmbito nacional e surgiu de uma iniciativa conjunta entre o Ministério da Administração Interna e o Ministério da Educação [em 1992], e é desenvolvido pelas forças de segurança (GNR e Polícia de Segurança Pública (PSP)), conforme o descrito no Relatório Anual de Segurança Interna (2009).

¹⁴ Ver Apêndice A – Programa Escola Segura

Este programa abrange todos os estabelecimentos de educação e ensino público, privado e cooperativos, com excepção dos estabelecimentos de ensino superior (Nota n.º 7864, 2008, da 3.ª Repartição do Comando Geral), incluindo a área envolvente aos mesmos.

Constitui-se num modelo de actuação pró-activo e, tem como objectivos garantir as condições de segurança da população escolar e promover comportamentos de segurança escolar, prevenindo e reduzindo a violência e os comportamentos de risco e incivildades, através: da vigilância das escolas e das áreas envolventes; policiamento dos percursos habituais de acesso às escolas; e acções de sensibilização junto dos alunos para as questões de segurança (Nota n.º 7864, 2008).

Estas acções permitem desenvolver uma ligação mais estreita entre as Forças de Segurança e a comunidade escolar, e em consequência com as crianças e jovens, pois possibilita o contacto directo entre os militares e toda a comunidade escolar. Este contacto é de extrema importância para se estabelecerem canais comunicacionais entre a instituição e os seus públicos, de modo a que ambos se compreendam mutuamente. O que, como já se referiu, prevê-se que seja um factor que contribui para a melhoria da imagem da Guarda.

Como foi mencionado anteriormente, quanto mais coesa for a imagem que determinada pessoa tem de um objecto, mais difícil será alterá-la, surgindo neste contexto a necessidade de se trabalhar a imagem permanentemente e, junto de todos os seus públicos. O PES dá à GNR a possibilidade de contornar situações em que uma imagem errada seja construída sobre si e se fortaleça, uma vez que pode contactar directamente com o seu público, desde a infância do mesmo. Permitindo cultivar desde logo, uma imagem positiva acerca da instituição nas crianças, que num futuro se repercutirá a todos os níveis etários. Ou seja, se a Guarda trabalhar a sua imagem junto das crianças, estas poderão criar uma imagem positiva, forte e coesa acerca da mesma e assim, nas futuras etapas das suas vidas serão acompanhados dessa imagem, sendo até, difícil alterá-la.

Pode então afirmar-se que este programa cria, condições ideais para que as camadas jovens confiem na GNR, e para que desmistifiquem a ideia do agente de autoridade como figura autoritária, para um agente de segurança pública. Revelando-se de extrema importância para a formação da imagem da GNR.

Para saber se de facto o programa está a contribuir para a melhoria da imagem da GNR, nos jovens, nada melhor do que questioná-los acerca disso, o que se faz efectivamente neste trabalho. Como afirma Bolle *apud* M. Silva (2008) para se avaliar o trabalho feito e a eficácia da polícia de proximidade e dos seus agentes, tem de se adoptar uma forma diferente, da utilizada pelas outras polícias, esclarecendo que nesta deixam de contar as estatísticas (números de intervenções, de denúncias, de coimas infligidas), e que será feita de forma completamente diferente, diz que a apreciação será feita pela comunidade. O que vai ao encontro do efectuado na parte prática deste trabalho.

3.5 SÍNTESE

Neste capítulo pretendeu-se demonstrar que a boa imagem da GNR é fundamental para que os cidadãos confiem na mesma e encontrem deste modo, motivos para a continuidade da instituição.

Verificou-se que também nesta instituição está presente a necessidade de comunicar com os cidadãos, a fim de lhes expor as suas actividades, funções e meios de as concretizarem, para que eles possam compreender as suas formas de agir, evitando consequentemente, mal entendidos. O bom relacionamento com os meios de comunicação social é também bastante importante, pois é através destes que a maioria da comunicação é efectuada, tendo os mesmos tanto o poder de informar como de influenciar a opinião pública. Contudo, para além de fornecer informação, a GNR, deve procurar também recolher informação dos seus públicos-alvo, da forma como vêm a instituição.

Tal como nas restantes instituições, os seus membros, neste caso os militares, contribuem todos eles para a imagem que o público constrói da Guarda. Dessa forma, é impreterível que os mesmos tenham atitudes e comportamentos exemplares quando em serviço e fora dele, pois como mencionou Pereira (2008, p. 7) **“Para a população civil, os Militares que dão o corpo à Guarda são a própria Guarda”**, logo, os comportamentos e atitudes adoptados por eles irão influenciar decisivamente na imagem que criam da instituição.

Prevê-se que o PES seja uma ferramenta importante e útil na construção de uma imagem positiva da instituição junto das crianças e jovens. Tal deve-se ao facto deste permitir uma interacção e estabelecimento de um contacto directo entre militares e crianças e jovens, o que fornece à GNR a possibilidade de construir junto deste público, desde a infância do mesmo, uma imagem positiva da instituição.

Uma vez que o contacto directo entre ambos propicia a que se possa incutir desde cedo, no público em questão, os valores da instituição e demonstrar-lhes que os seus objectivos visam essencialmente a sua protecção, segurança e bem-estar, faz com que o seu trabalho seja reconhecido e valorizado, e que os cidadãos sintam que de facto os serviços prestados pela Guarda são imprescindíveis.

Para saber se de facto este programa tem ou não contribuído para a melhoria da imagem da instituição tem de se colocar essa mesma questão ao público-alvo desse programa.

PARTE II

PRÁTICA: ESTUDO – DE – CASO

CAPÍTULO 4

TRABALHO DE CAMPO

4.1 INTRODUÇÃO

Em seguimento da Parte I deste trabalho, na qual foram expostos alguns dos principais conceitos relacionados com imagem institucional, os elementos que a constituem e os que influenciam na sua formação, a importância de uma comunicação permanente com os seus públicos e também a importância de uma boa imagem para a continuidade das instituições, em particular da GNR e se mencionou a importância do PES na criação da imagem da instituição junto dos jovens. Segue-se a parte prática do trabalho que tem como objectivo, verificar a veracidade dos conceitos teóricos tratados e tentar dar resposta às questões e verificação das hipóteses apresentadas no Capítulo 1.

Ao longo do capítulo é apresentado o trabalho de campo efectuado, iniciando-se com o método de abordagem, depois os procedimentos e técnicas aos quais se recorreu para obter informações, posteriormente referenciar os meios utilizados na investigação e por último uma breve síntese.

4.2 MÉTODO DE ABORDAGEM

Para a concretização deste trabalho, foram dois os métodos utilizados para a recolha de informação. Sendo eles a análise documental e o método inquisitivo.

A primeira constituiu-se como o ponto de partida. Foi efectuada uma pesquisa exhaustiva de informação sobre o tema em bibliotecas de: estabelecimentos de ensino superior civis, Escola da Guarda, Academia Militar, Instituto de Estudos Superiores Militares (IESM) e ainda na DCRP da GNR, tendo-se comprovado a escassez de fontes bibliográficas específicas da GNR sobre o tema em questão.

O segundo, o método inquisitivo, traduziu-se essencialmente na aplicação de um inquérito por questionário à população seleccionada para o estudo - de - caso. Tendo-se

efectuado também entrevistas exploratórias, com pessoas relacionadas com a comunicação e relações públicas da Guarda e pessoas envolvidas no PES.

4.3 PROCEDIMENTOS E TÉCNICAS

A investigação iniciou-se em Janeiro de 2010, através da pesquisa de bibliografia relacionada com o tema em geral, e em particular sobre a GNR. A pesquisa incidiu em bibliotecas civis e militares. Procurou-se ainda, informação junto da DCRP¹⁵, na Repartição de Programas Especiais¹⁶ - Divisão de Emprego Operacional da GNR e no IESM¹⁷.

O inquérito por questionário foi a principal técnica de investigação. Este visa colocar uma série de questões a um conjunto de inquiridos, por norma representativos de uma população, sobre a sua opinião (Quivy e Campenhoudt, 2008).

Neste trabalho, o questionário foi aplicado à população do estudo - de - caso, de forma a poder apurar-se exactamente a opinião da mesma, dado ser o objectivo deste trabalho.

O inquérito¹⁸ aplicado é constituído por um conjunto de questões, relacionadas com as hipóteses formuladas, com as quais se pretende saber o nível de concordância dos inquiridos, de modo a poder-se confirmar ou refutar (total ou parcialmente) as mesmas.

Com a pesquisa bibliográfica emergiram elementos para a construção do inquérito. Após elaborado foi submetido a um teste de coerência e validação, que permitiu reajustá-lo em termos de conteúdo e estrutura visando eliminar qualquer ambiguidade e enviesamento de perguntas. Seguidamente efectuou-se um pré-teste, visando verificar as alterações efectuadas e a correcção de erros, obtendo-se assim o inquérito definitivo.

A aplicação do inquérito foi por administração directa (preenchidos pelos próprios inquiridos) (Quivy e Campenhoudt, 2008), via resposta presencial a 137 alunos e através de professores a 80 alunos.

Uma vez que as respostas obtidas através de inquéritos por questionário são praticamente todas pré-codificadas, não apresentando significado em si mesmas, foram sujeitas a um tratamento quantitativo¹⁹ (Quivy e Campenhoudt, 2008). Tendo sido a sua análise processada através de um *software* estatístico – *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

¹⁵ Através do Tenente-Coronel Costa Lima, Major Armindo e Doutora Maria João Silveira.

¹⁶ Conversa informal com o Capitão Copeto.

¹⁷ Através do Major Afonso, do Gabinete da GNR.

¹⁸ Ver Apêndice C – Inquérito.

¹⁹ Permite comparar as respostas globais e analisar as correlações entre variáveis.

- **Definição da amostra**

De acordo com o objecto de estudo, o inquérito foi aplicado aos alunos do 12º ano da Escola Secundaria das Caldas das Taipas²⁰. Uma vez que o objectivo era saber qual a imagem que os alunos têm da GNR, o inquérito aos mesmos traduz-se como sendo uma peça fundamental para a obtenção da sua opinião.

A amostra é do tipo aleatório simples e a população alvo são 249 alunos²¹. Destes, foram inquiridos 217, sendo a amostra válida para a população alvo com um nível de confiança de 99% e um nível de erro de $\pm 3,15\%$. Estes cálculos foram efectuados de acordo com as fórmulas apresentadas no Anexo J.

4.4 MEIOS UTILIZADOS

Os inquéritos foram distribuídos e recolhidos pessoalmente aos alunos dos cursos gerais no decorrer das aulas, e distribuídos e recolhidos pelos docentes responsáveis pelos alunos dos cursos profissionais que se encontravam em estágio, e posterior entrega. No final, os resultados foram analisados através de um *software* estatístico, o *Statistical Package for the Social Sciences 18.0 for Windows*.

4.5 SÍNTESE

A análise documental e as entrevistas exploratórias constituíram-se como ferramentas extremamente importantes para a realização do trabalho. No entanto, a parte prática revelou-se essencial para alcançar os objectivos propostos.

A parte prática incidiu fundamentalmente na realização de inquéritos por questionário a alunos do 12º ano. Os resultados obtidos com a aplicação deste questionário permitiram efectuar a verificação das hipóteses expressas no capítulo 1, assim como possibilitaram dar respostas às questões feitas nesse mesmo capítulo, pois foi permitido aos inquiridos expressar as suas opiniões, dando dessa forma respostas pessoais relativamente ao que era pretendido descobrir com esta investigação.

²⁰ Ver Apêndice B – Selecção da População.

²¹ *Ibidem*.

CAPÍTULO 5

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

5.1 INTRODUÇÃO

O presente capítulo cinge-se à análise dos inquéritos efectuados, assim como uma breve discussão sobre os mesmos, onde se faz a comparação dos resultados obtidos com os resultados previstos.

Inicia-se com a análise da caracterização dos inquiridos e seguidamente com a análise dos resultados do questionário, relativamente à caracterização do objecto e, por fim é apresentada uma síntese breve sobre a análise efectuada.

5.2 ANÁLISE DOS INQUÉRITOS

5.2.1 CARACTERIZAÇÃO DOS INQUIRIDOS

A população inquirida é composta por 217 alunos, do 12º ano de escolaridade, sendo 133 do sexo feminino e 84 do sexo masculino, conforme se mostra no Gráfico 5.1. A maioria tem entre 18 anos e 17 anos, conforme se mostra no Gráfico 5.2.

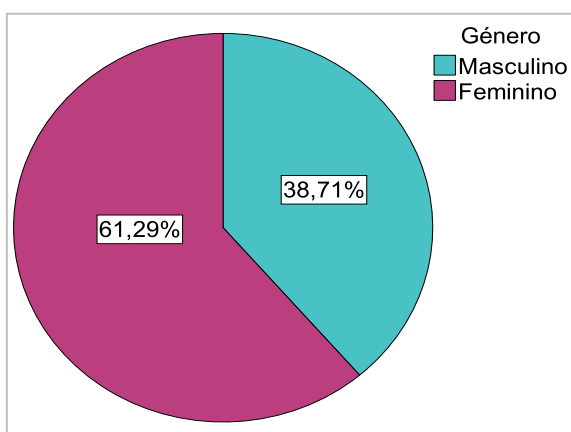


Gráfico 5.1: Distribuição do género.

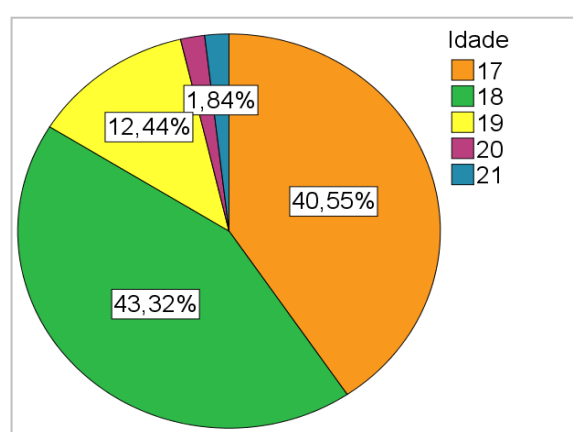


Gráfico 5.2: Distribuição da idade.

A sua distribuição por cursos é de 137 alunos nos cursos gerais e 80 alunos nos cursos profissionais, conforme o Gráfico 5.3.

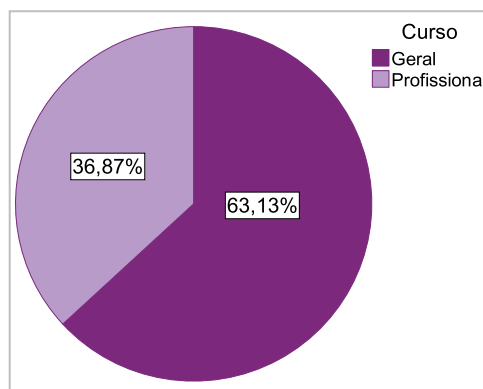


Gráfico 5.3: Distribuição dos cursos.

Dos inquiridos, apenas 9 têm familiares na GNR, dos quais 1 é pai, 2 são primos e 6 são tios, conforme se pode verificar nos Gráficos 5.4 e 5.5, respectivamente.

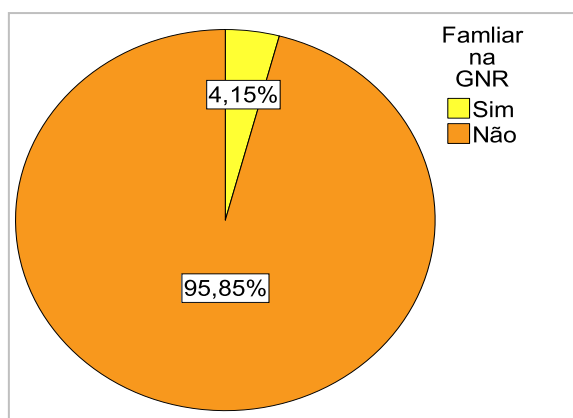


Gráfico 5.4: Distribuição de familiares na GNR.

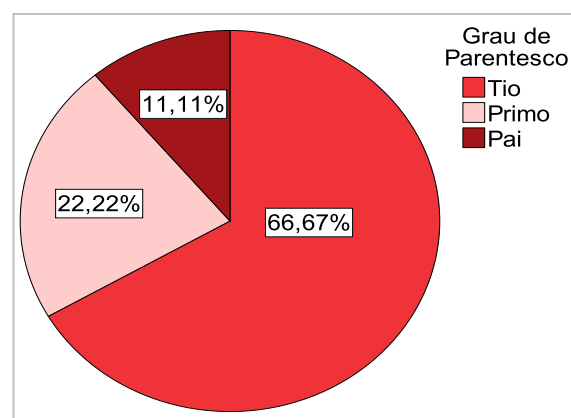


Gráfico 5.5: Distribuição do grau de parentesco.

O Apêndice D apresenta a caracterização detalhada dos inquiridos, através dos *outputs* emitidos pelo SPSS, com vista a completar os resultados aqui apresentados.

5.2.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS DOS INQUÉRITOS

Foi avaliada a consistência interna das questões fechadas do questionário, através do coeficiente de consistência interna Alfa de Cronbach. Segundo M. Hill e A. Hill (2008), quanto maior for o valor do Alfa, maior será a consistência dos itens de uma escala ou teste.

O resultado obtido (,927), consta na Tabela 5.1, e é considerado excelente de acordo com a escala²² estabelecida por M. Hill e A. Hill (2008, p.149). Apresenta-se no Apêndice E,

²² Para um valor de Alfa: >0,9 – Excelente; [0,8;0,9] – Bom; [0,7;0,8] – Razoável; [0,6;0,7] – Fraco; <0,6 – Inaceitável.

na Tabela E.1, as estatísticas Item-Total, na qual se constata, que se algum dos itens fosse eliminado, a consistência interna diminuiria.

Tabela 5.1: Consistência interna

| Alfa de Cronbach | N.º de Itens |
|------------------|--------------|
| ,927 | 43 |

A análise da questão n.º 6 será efectuada ao nível das percepções globais do próprio indivíduo que respondeu ao inquérito, uma vez que a finalidade é saber o que este pensa. As percepções que o indivíduo tem daquilo que os pais e pares acham, serão utilizadas para efectuar correlações, dado que, neste trabalho, a sua análise directa não é relevante.

Ao mencionar percepções globais significa que é o conjunto das variáveis independentes – comportamento e atitudes dos militares, imagem global da GNR e, qualidade dos seus serviços (avaliadas por indicadores tais como, honestidade, confiança, respeito e etc.), que influem na variável dependente – Imagem.

A análise isolada de cada uma das afirmações da questão n.º 6 apresenta-se no Apêndice E, nomeadamente no Gráfico E.1 – média das respostas, na Tabela E.2 – valores de estatística descritiva, e da Tabela E.3 à E.12 – frequência e percentagem das respostas. A Tabela E.13 indica a frequência e percentagem da imagem global do próprio. Em todas elas foi utilizada a mesma escala, de acordo com os níveis apresentados na Tabela 5.2.

Tabela 5.2: Escala de níveis da questão n.º 6.

| Discordo Totalmente (DT) | Discordo (D) | Não concordo/ Nem discordo (NCND) | Concordo (C) | Concordo totalmente (CT) |
|--------------------------|--------------|--------------------------------------|--------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

A opinião global, presente na Tabela 5.3, dos jovens face aos comportamentos e atitudes dos militares é mediana ($x_m=3,41$), e o seu desvio padrão ($s=0,44$), demonstra que a opinião dos inquiridos não difere muito da média dos resultados. Face à imagem, a média é ligeiramente superior ($x_m=3,73$), sendo-o também o desvio padrão ($s=0,59$), o que significa que a opinião neste factor já difere mais de indivíduo para indivíduo, contudo não é uma diferença muito significativa. Relativamente à média quanto à qualidade dos serviços é também esta mediana ($x_m=3,39$), sendo o seu desvio padrão ($s=0,71$) o mais elevado dos três factores, indicando que quanto a este, existem opiniões com diferenças mais acentuadas que nos outros dois.

Tabela 5.3: Valores de estatística descritiva da questão n.º 6 – Opinião global dos inquiridos.

| Factores | Média | Desvio Padrão | Moda | Mediana | Máximo | Mínimo |
|---|-------|---------------|------|---------|--------|--------|
| Comportamentos e Atitudes dos Militares | 3,41 | ,44 | 4 | 3,5 | 5 | 2 |
| Imagem | 3,73 | ,59 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| Qualidade dos Serviços | 3,38 | ,71 | 3 | 3 | 5 | 1 |

De uma forma mais específica, nos comportamentos e atitudes dos militares, embora a opinião seja mediana, o valor de média mais elevado pertence ao respeito dos militares pelos cidadãos ($x_m = 3,70$) e o valor mais baixo à actuação por parte dos militares com imparcialidade ($x_m = 3,18$). O desvio padrão ($s=0,68$ e $s=0,75$, respectivamente) é superior no segundo caso, como se verifica através da Tabela 5.4.

Quanto à imagem, o valor de média mais elevado corresponde à importância do papel da GNR na sociedade ($x_m = 3,97$) e o mais baixo à confiança depositada nesta força ($x_m = 3,59$). O desvio padrão de ambos encontra-se muito próximo um do outro ($s=0,72$ e $s=0,70$) de acordo com os dados da Tabela 5.4.

Estes resultados vão de encontro com os esperados. As médias dos comportamentos e atitudes e da qualidade dos serviços ronda o NCND, e a da imagem o C. Tais verificam-se provavelmente pelo facto dos jovens ainda não terem interagido directamente com os militares nem terem beneficiado directamente de nenhum dos seus serviços, pelo que não podem opinar esclarecidamente sobre eles. Contudo têm a percepção que a GNR é importante face à sociedade actual, e têm uma imagem positiva sobre a mesma.

Tabela 5.4: Valores de estatística descritiva da questão n.º 6 – Opinião detalhada dos inquiridos.

| | Questão | Média | Desvio Padrão | Moda | Mediana | Máximo | Mínimo |
|---|--------------------|-------|---------------|------|---------|--------|--------|
| Comportamentos e Atitudes dos Militares | Respeito-6.1 | 3,70 | ,68 | 4 | 4 | 5 | 1 |
| | Imparcialidade-6.6 | 3,18 | ,75 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| | Autoritarismo-6.8 | 3,55 | ,83 | 4 | 4 | 5 | 1 |
| | Honestidade-6.10 | 3,29 | ,77 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| | Correcção-6.18 | 3,51 | ,65 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| | Uso da Força-6.25 | 3,24 | ,76 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| Imagem | Papel actual-6.24 | 3,97 | ,72 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| | Imagem global-6.29 | 3,63 | ,70 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| | Confiança-6.30 | 3,59 | ,70 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| Qualidade dos Serviços | 6.3 | 3,38 | ,71 | 3 | 3 | 5 | 1 |

Posteriormente, de forma a verificar-se a diferença de percepções que os jovens apresentam sobre si próprios e das que apresentam sobre o que consideram que os pais e os amigos pensam, face ao comportamento e atitudes dos militares, à imagem da GNR, e à qualidade dos seus serviços, analisou-se se haviam diferenças significativas nas referidas percepções, apresentadas na Tabela 5.5, através do One Way ANOVA e Post Hoc Tests.

Tabela 5.5: Diferenças significativas das percepções da questão n.º 6, entre o inquirido, e os pais e pares.

| Factores | Próprio | | Pais | | Pares | | RC | Observações |
|-----------------------------|---------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|--------------|
| | Média | DP | Média | DP | Média | DP | F | |
| Comportamentos/ Atitudes | 3,41 | ,44 | 3,36 | ,44 | 3,30 | ,43 | 3,74 | Eu ≠ Pares* |
| Imagem | 3,73 | ,59 | 3,68 | ,56 | 3,42 | ,56 | 17,60 | Eu ≠ Pares** |
| Qualidade dos Serviço | 3,38 | ,70 | 3,41 | ,71 | 3,23 | ,64 | 4,58 | Eu ≠ Pares* |

* Diferenças significativas $p \leq .05$

** Diferenças significativas $p \leq .01$

Verificam-se diferenças significativas face às percepções do próprio e das que tem sobre os pares nos três factores. As percepções que apresenta sobre os pares são mais baixas do que as percepções do próprio nos comportamentos e atitudes dos militares ($p < .05$), na imagem da GNR ($p < .01$) e na qualidade dos serviços prestados ($p < .05$). Existe, assim, 95% de probabilidade que a opinião que apresenta relativamente aos pares seja mais desfavorável que a do próprio quanto aos comportamentos e atitudes e à qualidade dos serviços prestados, e 99% de probabilidade que a opinião que tem sobre a percepção dos pares seja mais desfavorável que a do próprio inquirido face à imagem da GNR, o que se pode confirmar na Tabela E.2, do Apêndice E.

Foi também efectuada uma correlação de Pearson entre ter familiar na GNR e a percepção do próprio quanto aos comportamentos e atitudes dos militares, à imagem da GNR e à qualidade dos serviços por ela prestados, cujos resultados figuram na Tabela 5.6.

Tabela 5.6: Correlações de Pearson entre ter familiar na GNR e percepções sobre comportamentos e atitudes, imagem e qualidade dos serviços.

| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|-------------------------------|------|-------|-------|---|
| 1 – Familiar na GNR | - | | | |
| 2 – Comportamentos e Atitudes | -,02 | - | | |
| 3 – Imagem | ,02 | ,60** | - | |
| 4 – Qualidade dos Serviços | ,02 | ,45** | ,45** | - |

** Correlações significativas $p \leq .01$

Face a esta tabela pode inferir-se que é elevada e estatisticamente significativa a correlação existente entre as percepções dos comportamentos e atitudes dos militares face à da imagem criada ($R=0,60$ e $p \leq .01$), assim como, face à da qualidade dos serviços ($R=0,45$ e $p \leq .01$) e à da imagem criada. Isto é, os comportamentos e atitudes que os militares da GNR adoptam, e a qualidade dos serviços da instituição, influenciam a imagem que se cria da mesma, o que se previa acontecer.

Constata-se ainda que, o facto de indivíduos terem familiares na GNR não interfere na imagem que os mesmos criam sobre esta força de segurança.

Os resultados da questão n.º 7 encontram-se nas Tabelas E.14 e E.15, do Apêndice E, as quais demonstram que 69 dos inquiridos (31,8%) assistiram a acções de sensibilização/formação no âmbito do PES, tendo todas elas ocorridos na escola.

Relativamente à questão n.º 8, aos seus resultados são apresentados no Apêndice E, nomeadamente da Tabela E.16 à E.19 a frequência e percentagem das respostas e nas Tabelas E.20 e E.21 os valores de estatística descritiva. Em todas as afirmações desta questão, foi utilizada a mesma escala, de acordo com os níveis apresentados na Tabela 5.2.

Relativamente à afirmação **8.1: As acções de sensibilização/formação levadas a cabo pela GNR, contribuem para uma melhor Imagem da Instituição**, 144 dos inquiridos responderam C (66,4%), e 26 responderam CT (12%), o que perfaz um total de 78,4% de respostas positivas, 20,3 % de respostas NCND, e apenas 1,3% de respostas negativas (D=3). A média ($\bar{x}_m=3,89$) das respostas ronda o C e o desvio padrão é de 0,61.

Face à afirmação **8.2: O contacto directo com os militares da GNR, como por exemplo em acções de sensibilização, visita aos quartéis, é uma forma da GNR melhorar a sua Imagem junto da população**, as respostas apresentaram uma média ($\bar{x}_m=4,03$) ligeiramente superior que a anterior, e o desvio padrão ($s=0,63$) é semelhante. O total de respostas positivas é de 83,9%, sendo 138 (63,6%) C e 44 (20,3%) CT. Em consequência baixaram as NCND para 33 (15,2%) e as D para 2 (0,9%).

Estes resultados vêm comprovar que o contacto directo com os elementos da instituição influenciam a imagem da mesma, neste caso vêm melhorá-la, dado que privilegia o entendimento mútuo e esclarecimento de possíveis equívocos, facilitando a compreensão das acções dos militares e dando e estes a possibilidade de perceber aquilo que o seu público pensa sobre a instituição. Desse modo pode criar maneiras de melhorar a sua imagem caso o que o público pense seja negativo ou, manter aquelas que lhes proporcionam uma imagem positiva.

Quanto à afirmação **8.3: A minha Imagem sobre a GNR melhorou com as acções de sensibilização/formação efectuadas pelos militares do Programa Escola Segura**, no total, 117 inquiridos responderam NCND (53,9%), 83 C (38,3%), 10 CT (4,6) e 7 D (3,2%).

Esse facto é justificado por a maioria dos inquiridos nunca ter assistido a acções no âmbito do PES, pois, analisando-se as respostas dos que tiveram essas acções, pode verificar-se que dentro desses 69 inquiridos as respostas foram mais positivas, dado que as percentagens relativas a esses aumentou face ao total, tendo 36 respondido C (52,2%), 6 CT (8,7%), 25 NCND (36,2%) sendo apenas respostas negativas 2 D (2,9%). Contudo, dos 148 que não assistiram a acções no âmbito do PES, 92 (62,2%) não expressam opinião pois não tiveram a experiência, mas 51 (34,4%) prevêem que a imagem que têm da GNR melhoraria com essas acções, contra, somente, 5 (3,4%), que responderam negativamente. O Gráfico 5.6 espelha a média das respostas e esta questão, em que a maior ($x_m = 3,67$) corresponde aos alunos que assistiram a acções no âmbito do PES e a menor ($x_m = 3,34$) aos que não assistiram. No entanto ambas são positivas.

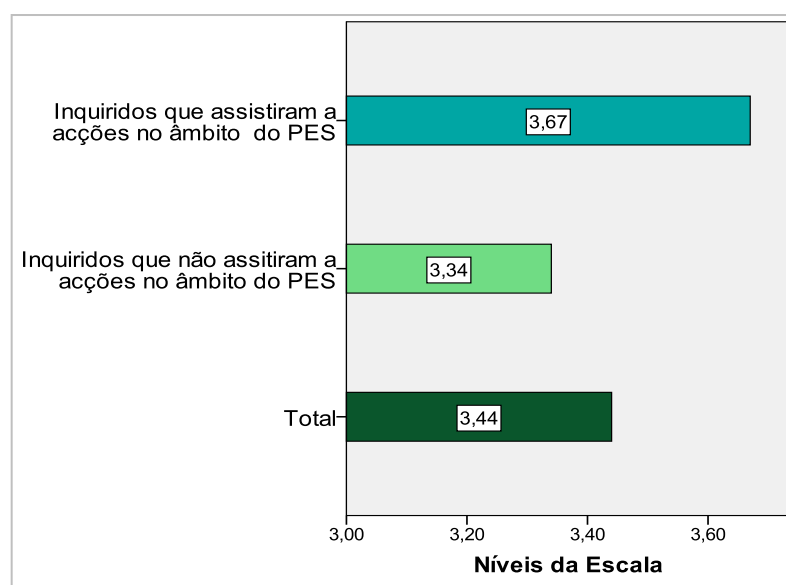


Gráfico 5.6: Média das respostas à questão 8.3 de quem assistiu a acções no âmbito do PES e de quem não assistiu.

Na afirmação **8.4: O Programa Escola Segura permite melhorar a Imagem da GNR junto dos jovens**, a média ($x_m = 3,84$) é exactamente a mesma para as respostas dos inquiridos que não assistiram a acções no âmbito do PES, como a dos que assistiram, e quanto ao total das respostas, variando pouco entre eles o desvio padrão ($s=0,60$, $s=0,66$ e $s=0,61$, respectivamente). Na totalidade das respostas, 166 (76,5%) dos inquiridos responderam positivamente à afirmação, tendo 46 (21,2%) respondido NCND e 5 (2,3%) D. Dos que não assistiram (148) a acções no âmbito do PES, responderam 112 (75,6%) positivamente, 34 (23%) NCND e 2 (1,4%) D. Dos 69 que assistiram, 54 (78,3%), responderam positivamente, 12 (17,4%) NCND e 3 (4,3%) D.

Analisando de outra forma, através dos dados constantes na Tabela 5.7, pode verificar-se que os inquiridos que têm melhor imagem sobre a GNR, são aqueles que responderam que o PES contribui para a melhoria da imagem da instituição,

independentemente de terem ou não assistido a acções da sensibilização no âmbito do programa. A Tabela 5.7 confirma ainda que, aqueles que assistiram a acções no âmbito do programa, melhoraram significativamente ($p < .01$) a sua imagem sobre a GNR.

Pode desta forma dizer-se, que o Programa Escola Segura, tem de facto contribuído para melhorar a imagem da instituição junto dos jovens, dado que permite estabelecer contacto directo com os militares, que eles julgam necessário para a melhoria da imagem da instituição.

Tabela 5.7: Correlações de Pearson entre a imagem do inquirido sobre a GNR, a assistência a acções no âmbito do PES e as afirmações 8.3 e 8.4.

| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|-------|-------|-------|---|
| 1 – Imagem do Inquirido sobre a GNR | - | | | |
| 2 – Assistiu a acções no âmbito do PES | -,04 | - | | |
| 3 – 8.3 | ,26** | ,24** | - | |
| 4 – 8.4 | ,37** | ,00 | ,40** | - |

** Correlações significativas $p \leq .01$

Relativamente à questão n.º 9, na qual se pretendia saber qual o grau de influência dos comportamentos e atitudes dos militares, da família, dos pares e dos *media* na criação da imagem dos inquiridos sobre a GNR, foi utilizada uma escala de 1 a 5, em que 1 correspondia ao não influencia nada e 5 ao influencia muito.

Os resultados desta questão encontram-se na Tabela 5.8 – valores de estatística descritiva, e no Apêndice E, na Tabela E.22 – Grau de Influência dos Factores – Frequência e percentagem de respostas.

Tabela 5.8: Valores de estatística descritiva da questão n.º 9.

| | Média | Desvio Padrão | Moda | Mediana | Máximo | Mínimo |
|-------------------------------------|-------|---------------|------|---------|--------|--------|
| Comportamentos e Atitudes Militares | 4,12 | ,85 | 5 | 4 | 5 | 1 |
| Família (Pais) | 3,51 | ,88 | 4 | 4 | 5 | 1 |
| Pares | 3,20 | ,87 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| <i>Media</i> | 3,51 | ,89 | 4 | 4 | 5 | 1 |

Face aos resultados, pode verificar-se, tal como era esperado, que de facto, dos factores analisados, todos eles influem na criação da imagem que os jovens têm da GNR. Sendo que, de entre os quatro factores, o que influencia mais, são os comportamentos e atitudes dos militares, apresentando este a média mais elevada ($x_m = 4,12$), o que influencia

menos são os pares ($x_m = 3,20$) e ao mesmo nível, encontram-se a família e os pares ($x_m = 3,51$), estando numa posição intermédia em relação aos dois anteriores. O desvio padrão mais elevado é o correspondente aos *media* ($s=0,89$) e o menor o dos comportamentos e atitudes ($s=0,85$), encontrando-se no entanto com pouca diferença entre si.

Relativamente aos comportamentos e atitudes dos militares: 166 inquiridos (76,5%) indicaram para este factor um grau de influência ≥ 4 ; 45 (20,7%) um grau de influência = 3; e 6 (2,8%) um grau de influência ≤ 2 .

Quanto aos pais e aos *media*, os resultados são bastante semelhantes, tendo respondido, respectivamente: 119 (54,9%) e 117 (53,9%) grau de influência ≥ 4 ; 78 (35,9%) e 80 (36,9%) grau de influência = 3; e , 20 (9,2%) e 20 (9,2%) para grau de influência ≤ 2 .

Nos pares, as respostas foram: 85 (39,2%) grau de influência ≥ 4 ; 95 (43,7%) grau de influência = 3; e 37 (17,1%) grau de influência ≤ 2 .

Como já se verificou anteriormente, os comportamentos e atitudes que os militares adoptam influi bastante a imagem que se cria da instituição, e como verificado na Tabela 5.8, é de entre os factores analisados o que influencia mais. Por isso, foi-se correlacionar a imagem que os inquiridos têm da GNR, com as sua percepções sobre os comportamentos e atitudes dos militares e também, com as percepções que têm sobre aquilo que pensam ser a opinião dos pais e dos pares em relação ao mesmo factor e também em relação ao grau de influência dos *media*. Os resultados encontram-se na Tabela 5.9.

Tabela 5.9: Correlações de Pearson entre a imagem do inquirido sobre a GNR, e as percepções pessoais sobre os comportamentos e atitudes dos militares e do que pensa ser a dos pais e pares e a influência dos *media*.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-------|-------|-------|-------|---|
| 1 – Imagem do Próprio | - | | | | |
| 2 – Comportamentos e Atitudes – Pais | ,53** | - | | | |
| 3 – Comportamentos e Atitudes – Pares | ,52** | ,75** | - | | |
| 4 – Comportamentos e Atitudes – Próprio | ,60** | ,76** | ,77** | - | |
| 5 – Influência dos <i>Media</i> | ,37** | ,22** | ,19** | ,24** | - |

** Correlações significativas $p \leq .01$

Como era esperado, existe uma correlação elevada e bastante significativa ($p < .01$) entre as percepções do próprio inquirido sobre os comportamentos e atitudes dos militares e a imagem que cria da instituição, assim como em relação às percepções daquilo que pensa ser a opinião dos pais e pares. Da mesma forma que os *media* também têm uma influência significativa ($p < .01$), embora não seja muito elevada. O que mais uma vez vem reforçar que, os comportamentos e atitudes dos militares, assim como os pais, os pares e os *media* influenciam a imagem da GNR.

No que concerne à questão n.º 10, as medidas mais enunciadas pelos inquiridos para que a GNR melhore a sua comunicação com os jovens foram: palestras sobre a forma de actuação e razão de ser dessa forma, medida esta recomendada por 91 inquiridos (41,9%), e a organização de visitas aos postos e destacamentos, por 76 inquiridos (35%), conforme o apresentado na Tabela E.23 e no Gráfico E.2, do Apêndice E. Estas medidas propostas revelam que para a instituição melhorar a forma como é vista pelos jovens, precisa de lhes comunicar quais os objectivos e métodos disponíveis para os alcançar, justificando desse modo as suas formas de actuação.

Da análise da questão n.º 11, relativamente à imagem de outras forças e também da GNR, na qual a escala é de 1 a 5, em que: 1=muito má; 2=má; 3=razoável; 4=boa; e 5=muito boa, verifica-se que GNR é a segunda melhor vista ($x_m = 3,58$) pelos inquiridos, de acordo com o Gráfico 5.7 e as Tabelas E.24 e E.25 do Apêndice E.

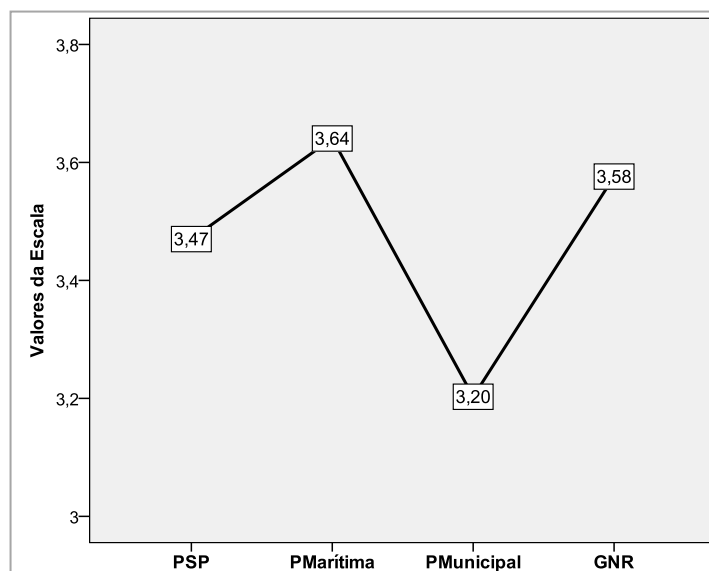


Gráfico 5.7: Média das respostas à questão 11.

5.3 CONCLUSÕES DOS INQUÉRITOS

Através da aplicação deste questionário, pôde comprovar-se a importância da parte teórica deste trabalho, dado que os resultados confirmam o que por ela é sustentado.

A imagem dos jovens sobre a GNR pode ser melhorada através da comunicação que se estabelece entre ambos, tendo os últimos fornecido sugestões para melhorar essa comunicação. O PES porque permite um contacto entre militares e jovens tem beneficiado para a melhoria da imagem da GNR nesta faixa etária.

E para além dos comportamentos e atitudes dos militares, também os pais, os pares e os *media* influenciam a imagem da instituição, pelo que se deve cuidar também a relação da GNR com estes e melhorar e dos canais comunicacionais estabelecidos entre eles.

CAPÍTULO 6

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

6.1 INTRODUÇÃO

O objectivo deste TIA é saber se a imagem que os alunos do 12º ano têm da GNR é positiva. Tendo-se efectuado um estudo - de - caso aos alunos do 12º ano da comunidade escolar da escola secundária das Caldas das Taipas.

Para o efeito, foi inicialmente abordada a temática da imagem nas instituições, que seguidamente se particularizou para a GNR, e por último abordou-se o PES, por este ser um meio passível de melhorar a imagem da GNR junto da população em questão.

Face às conclusões que foram extraídas ao longo dos capítulos da parte teórica e institucional, revelou-se de extrema importância analisar e discutir os resultados provenientes do trabalho de campo, de modo a poder verificar se o concluído na Parte I do trabalho era ou não comprovado com os resultados obtidos com os inquéritos.

Estes resultados permitirão também confirmar ou refutar as hipóteses colocadas no Capítulo 1.

Neste capítulo será feita, inicialmente, a verificação das hipóteses, seguida da apresentação das reflexões finais e recomendações do trabalho. Posteriormente será feita referência às limitações da investigação, assim como propostas para investigações futuras.

6.2 VERIFICAÇÃO DAS HIPÓTESES PRÁTICAS

A hipótese é uma preposição efectuada na tentativa de se verificar a validade de determinada resposta, existente para um problema, e é “uma suposição que antecede a constatação dos factos e tem como característica uma formulação provisória, que deve ser testada para determinar a sua validade, constituindo-se em uma explicação ou solução mais plausível de um problema” (Marconi e Lakatos *in* M. Silva, 2008, pp. 52, 53).

Com a aproximação do final da investigação, torna-se possível verificar as hipóteses formuladas no capítulo 1 do presente trabalho.

A **H1: Os jovens têm uma imagem positiva da GNR**, foi confirmada. Esta confirmação resultou das respostas à questão n.º 6, nomeadamente aos indicadores que avaliavam esta variável, onde se obteve uma média positiva ($x_m = 3,73$), cujo desvio padrão

é $s=0,59$ e uma moda de 4. Este resultado é ainda reforçado pelas respostas à questão n.º 11, aquando a avaliação da imagem da GNR e de outras forças. Nesta questão a imagem da Guarda é avaliada com a segunda média mais alta ($x_m = 3,58$), com uma moda também de 4.

Relativamente à **H2: Os comportamentos e atitudes dos militares da GNR influenciam a imagem da instituição**, foi também esta confirmada, como se verifica através da correlação efectuada entre a imagem e os comportamentos e atitudes dos militares. Tendo resultado uma correlação elevada ($R=0,60$) e estatisticamente significativa ($p < .01$). Ou seja, existe 99% de probabilidade dos comportamentos e atitudes dos adoptados pelos militares influírem na imagem da Guarda. Deste modo, torna-se, como já havia sido referido várias vezes, impreterível despertar a atenção de todos os militares desta força para a necessidade de adoptarem comportamentos e atitudes irrepreensíveis, pois se não o fizerem estarão a influenciar negativamente a imagem da instituição que servem.

Quanto à **H3: A família (pais) interfere na formação da imagem que os jovens têm da GNR**, resultou a sua confirmação. Da correlação efectuada entre a percepção que têm da opinião dos pais e da imagem que criam da Guarda, derivou que existe uma correlação elevada ($R=0,53$) e estatisticamente significativa ($p < .01$) para estes dois itens, ou seja, que o primeiro influencia (com 99% de probabilidade) a imagem que os inquiridos criam sobre a referida instituição. Através da resposta à questão n.º 9, verifica-se que resultou uma média razoável ($x_m = 3,51$), com uma moda de 4, para este factor na influência da criação da imagem dos jovens sobre a GNR. Deste modo, como a opinião da família (pais) é um factor influenciador na formação da imagem nos jovens, é importante que também estes possuam uma imagem positiva da instituição, caso contrário influenciaram na construção de uma imagem negativa sobre a instituição. Logo, revela-se necessário que também junto deles se tenha preocupações com a imagem da GNR, procurando levá-los a ter uma imagem favorável sobre ela.

Face à **H4: Os pares influenciam a criação da imagem dos jovens sobre a GNR**, é confirmada. À semelhança da anterior, apresenta uma correlação significativa ($p < .01$) e elevada ($R=0,52$) entre os itens, ou seja, uma probabilidade de influência de 99% dos pares em relação à imagem formada pelos inquiridos acerca da GNR. O comentário à H3, é aplicável de igual forma aos pares.

No que respeita à **H5: Os média influenciam a produção da imagem dos jovens sobre a GNR**, também esta foi confirmada. Na correlação efectuada entre a influência dos média na imagem que o próprio cria da GNR, embora a correlação não seja muito elevada é média ($R=0,37$) e apresenta-se como sendo estatisticamente significativa ($p < .01$). À semelhança do factor família, na questão n.º 9, a média das respostas a este factor é $x_m =$

3,51, e a sua moda é 4. Revela-se deste modo essencial, que se cuide da relação entre a instituição GNR e os meios de comunicação social.

A **H6: O contacto directo com os militares da GNR contribui para a criação de uma imagem positiva da instituição**, é confirmada, através das respostas às questões n.^{os} 8.1 e 8.2. Apresentando respectivamente, 78,4% e 83,9% de respostas positivas, e tendo a primeira uma média de $x_m = 3,89$ e $s=0,61$ e a segunda uma média de $x_m = 4,03$ e $s=0,63$, ambas com uma moda de 4. Este resultado, vem realçar mais uma vez a necessidade de se alertarem os militares, para o facto de este ser um factor de peso na imagem da instituição, devendo os mesmos preocuparem-se em adequar assertivamente os comportamentos e atitudes nos contactos que estabelecem.

Por último, referente à **H7: O Programa Escola Segura tem contribuído para melhorar a imagem da GNR junto dos jovens**, pode referir-se que esta hipótese foi, também ela, confirmada. Tendo por base as correlações efectuadas entre a imagem que os inquiridos têm da GNR, com as respostas às questões n.^{os} 8.3 e 8.4 e o facto de se ter assistido a acções de sensibilização no âmbito do PES, verifica-se que existe uma correlação, que apesar de não ser muito elevada ($R=0,37$), é significativa ($p < .01$), entre a questão n.º 8.4 e a imagem, ou seja, os inquiridos que consideram que o PES contribui para a melhoria da imagem da guarda, são aqueles os que têm uma melhor imagem da mesma. Pode inferir-se também, através da correlação significativa ($p < .01$), entre a questão n.º 8.3 e o facto de ter assistido a acções no âmbito do PES, que os alunos que assistiram a este tipo de acções melhoraram significativamente a sua imagem sobre a GNR, ou seja, houve uma contribuição importante por parte do programa para melhorar a imagem da Guarda. Constatou-se desta forma que de facto o PES tem contribuído para a melhoria da imagem da Guarda.

6.3 REFLEXÕES FINAIS

Com o término deste trabalho, propicia-se a resposta às questões formuladas inicialmente e a verificação do cumprimento dos objectivos.

Quanto à questão central: **“Qual a imagem que os jovens têm da GNR?”** Foi verificado, que em média global, a imagem que os jovens têm da GNR é uma imagem positiva. Contudo existem, apesar de numa percentagem muito reduzida, indivíduos com opinião contrária. Revelando-se assim necessário, trabalhar a imagem da instituição junto do público em questão.

No que concerne às questões derivadas, constatou-se que, em relação à questão: **“Quais os factores que influenciam a imagem que os jovens constroem das forças de segurança, nomeadamente, da GNR? Serão factores internos à força, como o**

comportamento dos seus militares ou são factores externos, como a família, os pares ou os *media*?” De entre os factores apresentados, comportamentos e atitudes dos militares, família (pais), pares e *media*, todos eles influenciam na formação da imagem que os jovens criam da GNR. Pelo que se reveste de extrema importância trabalhar a imagem da instituição junto de todos os outros públicos, pois esses ao influenciarem a imagem que os jovens criam, se possuírem uma imagem negativa, influenciaram negativamente a imagem dos mesmos.

Quanto às questões: **“Será o contacto directo com os militares da GNR importante para a melhoria da imagem da instituição?”** e **“O programa direccionado para os jovens, Programa Escola Segura, contribui para melhorar a imagem desta força de segurança junto da população jovem?”**, pode inferir-se que relativamente ao contacto directo estabelecido entre militares e o público, também foi avaliado com sendo um factor que influiu positivamente na imagem da instituição, contudo, nesses contactos, como é evidente, os militares tem de adoptar comportamentos e atitudes adequados. Como o PES propicia este contacto, pode afirmar-se que o programa tem contribuído positivamente na imagem da instituição junto dos jovens alunos.

Através da resposta a estas questões, foram simultaneamente atingidos os objectivos propostos para este trabalho, que eram: perceber como é vista a GNR pelos jovens do 12º ano de escolaridade; conhecer de que forma diferentes factores contribuem para a criação da imagem dos jovens sobre a GNR; perceber se os canais comunicacionais estabelecidos directamente entre os militares e os cidadãos contribuem para a melhoria da imagem da instituição; e perceber de que forma o Programa Escola Segura contribui para a imagem da instituição.

6.4 RECOMENDAÇÕES

Como se verificou ao longo do trabalho, todos os militares da GNR desempenham um papel de relações públicas da instituição, junto dos cidadãos, desse modo, torna-se necessário despertar a atenção aos militares da Guarda relativamente a este facto, elucidando-os que o futuro da instituição depende da imagem que a mesma cria. Pois se for vista de forma negativa e como uma instituição dispensável, pode caminhar para a sua extinção.

Assim, deve atribuir-se um especial interesse a esta temática, e começar o quanto antes a trabalhar nela de forma precisa, não esquecendo que a melhor forma de avaliar a imagem desta instituição, é perguntando directamente aos seus públicos as suas opiniões. Podendo, começar-se, pela implementação de algumas das medidas propostas pelos inquiridos neste trabalho.

6.5 LIMITAÇÕES

O primeiro entrave à realização deste trabalho foi o facto de o período concedido para tal corresponder ao período de exames e férias escolares dos alunos do 12º ano de escolaridade. Surgindo assim a necessidade de o aplicar durante a frequência do estágio de comando nas unidades territoriais, o que implicou não ter total disponibilidade para esta acção, não sendo possível a aplicação de um maior número de questionários.

Também se constituiu como limitação a carência de fontes bibliográficas específicas da GNR no que concerne a esta temática.

Outro obstáculo foi o número de páginas imposto, considerando-se que o mesmo é manifestamente insuficiente para a elaboração de um trabalho desta natureza.

6.6 INVESTIGAÇÕES FUTURAS

Considera-se, pertinente, que futuramente seja efectuada uma investigação a nível nacional para se saber em que ponto se encontra a imagem da GNR, e que medidas podem ser adoptadas para se melhorar a imagem da instituição.

Nessa investigação, deverá também ser estudado o PES, dado que o mesmo varia de Destacamento para Destacamento, em função dos militares que integram a SPE (R. Copeto²³, comunicação pessoal, 21 de Junho de 2010). Essa análise permitiria, comparar o trabalho desenvolvido pelas diferentes SPE, e desse modo determinar aquele que é mais bem visto pelos alunos. O que apresentasse melhores resultados deveria ser empregue nas restantes SPE.

²³ Capitão de GNR, da Repartição de Programas Especiais - Divisão de Emprego Operacional

BIBLIOGRAFIA

LIVROS, MANUAIS E ARTIGOS

- Academia Militar. (2008). *Orientações para redacção de trabalhos*. Lisboa: Academia Militar.
- Alves, A. C. (2008). *Em busca de uma Sociologia da Polícia*. Lisboa: Edição da Revista da Guarda Nacional Republicana.
- Cabrero, J. D. B. & Cabrero, M. B. (2007). *O Livro de Ouro das Relações Públicas*. Porto: Porto Editora.
- Caetano, J., & Rasquilha, L. (2009). *Gestão da Comunicação* (4.^aed.). s.l.: Quimera Editores.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G. M. (2001). *Relaciones Públicas Eficazes*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Giddens, A. (2004). *Sociologia* (Baltazar, A., Figueiredo, A., Gil, V., Matos, P., Silva, C., Trad.) (4.^a ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. (Trabalho original publicado em 2001). (Trabalho original em inglês).
- Gomes, D. (2000). *Cultura Organizacional – Comunicação e Identidade*. Coimbra: Quarteto Editora.
- Hill, M. M., Hill, A. (2008). *Investigação por questionário* (2.^a ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Lindon, D., Lendrevie, J., Rodrigues, J. V., Lévi, J. & Dionísio, P. (2009). Mercator XXI: Teoria e Prática do Marketing (12.^a ed.). Lisboa: Dom Quixote.
- Pereira, C. B. (2008). *Manual de Comunicação e Atendimento*. Lisboa: Escola da Guarda.
- Pereira, C. T. A. S. B. (1999, Abril - Junho). As Relações Públicas na Guarda Nacional Republicana. *Revista da Guarda Nacional Republicana, Pela Lei e Pela Grei*, pp. 33,34.
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. V. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (Mendes, J., Carvalho, M.) (5.^a ed.). Lisboa: Gradiva Editora. (Trabalho original publicado em 1995). (Trabalho original em francês).
- Rego, A. (2010). *Comunicação Pessoal e Organizacional – Teoria e Prática* (2.^a ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Sarmiento, M. (2008). *Guia Prático sobre a Metodologia Científica para a Elaboração, Escrita e Apresentação de Teses de Doutoramento, Dissertações de Mestrado e Trabalhos de Investigação Aplicada* (2.^o ed.). Lisboa: Universidade Lusíada Editora.
- Sprinthall, N. A. & Collins, W. A. (2003). *Psicologia do Adolescente: Uma abordagem desenvolvimentista* (Vieira, C. M. C. Trad.) (3.^a ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. (Trabalho original em inglês).

- Vaz, G. N. (2003). *Marketing Institucional: o mercado de idéias e imagens* (2.^a ed.). São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Vilar, E. T. (2006). *Imagem da Organização*. s.l.: Quimera Editores.
- Villafañe, J. (1998). *Imagem Positiva, Gestão Estratégica da Imagem das Empresas* (Carreira, H., Trad.) (1.^a ed.). Lisboa: Edições Sílabo. (Trabalho original publicado em 1993). (Escrita original em espanhol).

TESES E OUTROS TRABALHOS

- Azevedo, N. O. (2009). *O website como ferramenta de comunicação externa. Estudo de caso da Biblioteca Lúcio Craveiro da Silva, Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação, na especialidade de publicidade e relações públicas*. Braga: Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.
- Ferreira, C. A. F., Pereira, M. J., Eira-Velha, B. A., Pires, V. A. M. (2006). *A Guarda Nacional Republicana ao espelho: reflexos de uma imagem, Trabalho de Investigação de Grupo do Curso de Promoção a Oficial Superior da Guarda Nacional Republicana*. Lisboa: Instituto de Estudos Superiores Militares.
- Ferreira, S. C. M. (2008). *A importância da imagem institucional no 3º sector. Um estudo de caso, Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, na especialidade de publicidade e relações públicas*. Braga: Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.
- Leal, A., Moreira, S., Abreu, R., Delgado, J. & Barata, J. (2005). *A Imagem Pública da GNR, Trabalho de Investigação de Grupo do Curso de Promoção a Oficial Superior da Guarda Nacional Republicana*. Lisboa: Instituto de Estudos Superiores Militares.
- Quiar, C. (2001). *Modernização na prestação de serviços na PSP: o atendimento ao público nas esquadras, Dissertação de Licenciatura em Ciências Policiais*. Lisboa: PSP.
- Ribeiro, V. C. G. (2008). *A Comunicação Social como meio de melhorar a Imagem da GNR, Trabalho de Investigação Aplicada*. Lisboa: Academia Militar.
- Rodrigues, A., Bengala, C., Delgadinho, J., Nunes, L. & Simões, N. (2003). *Guarda Nacional Republicana – Patrulhamento de Proximidade: que modelo?, Trabalho do 8º Tirocínio para Oficiais da GNR*. Lisboa: Escola Prática da Guarda.
- Silva, B. D. (1998). *Educação e Comunicação – Uma análise das implicações da utilização do discurso audiovisual em contexto pedagógico, Tese de doutoramento em educação, na especialidade de tecnologia educativa*. Braga: Centro de Estudos em Educação e Psicologia, Universidade do Minho.
- Silva, J. F. G. C. (2009). *A comunicação interna e a imagem organizacional. Estudo – de – caso na FNAC de Braga, Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação na especialidade de publicidade e relações públicas*. Braga: Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.

- Silva, M. C. P. M. T. V. (2008). *Programa Escola Segura: Desafios e Oportunidades para a melhoria do relacionamento Polícia – Comunidade Escolar*, Dissertação Final de Licenciatura em Ciências Policiais. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna.
- Silva, M. E. C. (2003). *Avaliação da Imagem Institucional de uma Escola de Ensino Superior*, Dissertação de mestrado em Administração e Planificação da Educação. Porto: Universidade Portucalense.
- Silva, R. A. R. (2003). *O Exército e a Comunicação Social: contributos para uma política de informação*, Trabalho Individual de Longa Duração, Curso de Estado Maior. Lisboa: Instituto de Altos Estudos Militares.
- Silva, R. D. R. S. (2008). *As acções e a profissão de Relações Públicas no actual quadro empresarial*, Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação na especialidade de publicidade e relações públicas. Braga: Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.
- Vieira, G. A. V. (2008). *As Relações Públicas nas Universidades Portuguesas*, Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação na especialidade de publicidade e relações públicas. Braga: Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.
- Vilar, E. T. (2004). *Imagem da Banca: Análise empírica de determinantes e efeitos*, Tese de doutoramento em gestão. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.

DOCUMENTOS ONLINE

- Carrillo, V. e Ruão, T. (2005). La reputación en las Universidades: de la Identidad Local a la Reputación Europea, *Actas do V Congresso de Comunicação Local*, Universitat Jaume I De Castellón, Espanha, 14-16 de Dezembro. Recuperado em 3 de Junho, 2010, <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5666/1/Carrillo_Ruao_reputacionuniversidades_05.pdf>.
- Cerit, Y. (s.d.). Organizational Image Perceptions of the University by Undergraduate Students of School of Education. *Educational Administration: Theory & Practice*, 359-365. Recuperado em 31 de Maio, 2010, de <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&hid=10&sid=43f8c9cb-640c-4994-a273-d2a6d514584d%40sessionmgr14>.
- Dhalla, R. (2007). The Construction of Organizational Identity: Key Contributing External and Intra-Organizational Factors. *Corporate Reputation Review*, 10, 245-260. Recuperado em 31 de Maio, 2010, de <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&hid=10&sid=43f8c9cb-640c-4994-a273-d2a6d514584d%40sessionmgr14>.

- Fontes, C. (2005). *A importância da eficácia no atendimento para a boa imagem da empresa. Tese de Pós-Graduação Lato Sensu em Marketing*. Niterói: Universidade Cândido Mendes. Recuperado em 13 de Março, 2010, de <http://www.avm.edu.br/monopdf/24/CARLOS%20FONTES.pdf>.
- Orfei, K. (2006). A cultura organizacional, identidade institucional, imagem empresarial. *Newsletter Canal RP*, Ano 4. Recuperado em 05 de Junho, 2010, de http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2006/09/15/1257853356.pdf.
- Pacini, A. A. (2005). *Imagem Institucional: o que os olhos não vêem. Tese de Pós-Graduação Lato Sensu de Especialização em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas*. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. Recuperado em 11 de Março, 2010, de <http://gestcorp.incubadora.fapesp.br/portal/monografias/pdf/80.pdf/>.
- Patrão, J. C. A. (2009). *A internacionalização da UMinho – O site em inglês como uma ferramenta estratégica na construção de uma imagem organizacional, Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação na especialidade de publicidade e relações públicas*. Braga: Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho. Recuperado em 3 de Junho, 2010, de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9498/1/tese%20final.pdf>.
- Price, K. & Gioia, D. A. (2008). The Self-Monitoring Organization: Minimizing Discrepancies among Differing Images of Organizational Identity. *Corporate Reputation Review*, 11, 208-221. Recuperado em 31 de Maio, 2010, de <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&hid=10&sid=43f8c9cb-640c-4994-a273-d2a6d514584d%40sessionmgr14>.
- Ribeiro, F. (2006). A cultura organizacional, identidade institucional, imagem empresarial. *Newsletter Canal RP*, Ano 4. Recuperado em 05 de Junho, 2010, de http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2006/09/15/1257853356.pdf.
- Ruão, T. (1999). A comunicação Organizacional e a gestão de Recursos Humanos. Evolução e actualidade. *Cadernos do Noroeste*, vol.12, nº 1-2, pp.179-194, Centro de Ciências Históricas e Sociais, Universidade do Minho, Braga. Recuperado em 3 de Junho, 2010, http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/2727/1/truao_ComRH_1999.pdf.
- Ruão, T. (2005). O papel da identidade e da imagem na gestão das universidades. *Actas do IV Congresso da SOPCOM – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*, Universidade de Aveiro, 20/21 de Outubro. Recuperado em 3 de Junho, 2010, < http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5358/1/RuaoT_identidadimagemuni_v_05.pdf>.
- Ruão, T. & Farhangmer, M. (2000). A imagem de marca: análise das funções de representação e apelo no marketing das marcas. Um estudo de caso. *Actas do I*

Seminário de “Marketing Estratégico e Planeamento”, Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho, Braga. Recuperado em 4 de Junho, 2010, <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/1985/3/truao_Farhangmer_CMark_2000.pdf> .

Salmi, S., Voeten, M. J. M. & Keskinen, E. (2000). Relation between Police Image and Police Visibility. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 10, 433-447. Recuperado em 31 de Maio, 2010, de <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&hid=10&sid=43f8c9cb-640c-4994-a273-d2a6d514584d%40sessionmgr14>.

Schuler, M. (2004). Management of the Organizational Image: A Method for Organizational Image Configuration. *Corporate Reputation Review*, 7, 37-53. Recuperado em 31 de Maio, 2010, de <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&hid=10&sid=43f8c9cb-640c-4994-a273-d2a6d514584d%40sessionmgr14>.

Valério, D. M. & Pizzinatto, N. K. (2003). Análise da Imagem Organizacional de Universidades por meio da Matriz Familiaridade - Favorabilidade. *Revista de Administração Mackenzie*, Ano 4, 25-37. Recuperado em 31 de Maio, 2010, de <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&hid=10&sid=43f8c9cb-640c-4994-a273-d2a6d514584d%40sessionmgr14>.

Walker, K. (2010). A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory. *Corporate Reputation Review*, 12, 357-387. Recuperado em 31 de Maio, 2010, de <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&hid=10&sid=43f8c9cb-640c-4994-a273-d2a6d514584d%40sessionmgr14>.

Weiwei, T. (2007). Impact of Corporate Image and Corporate Reputation on Customer Loyalty: A Review. *Management Science and Engineering*, 1, 57-62. Recuperado em 31 de Maio, 2010, de <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=12&hid=10&sid=43f8c9cb-640c-4994-a273-d2a6d514584d%40sessionmgr14>.

PÁGINAS DA INTERNET

Dicionário Enciclopédico (s.d.): *Definição de Comunicação*. Consultado a 1 de Junho de 2010, disponível em <http://sites.google.com/site/dicionarioenciclopedico/comunicacao>.

GNRa (s.d.). *Programas Especiais*. Consultado a 29 de Junho, disponível em http://www2.gnr.pt/default.asp?do=241t4nzn5_r52rpvnv5/241t4nzn5#.

GNRb (s.d.). *Policiamento de Proximidade*. Consultado a 27 de Junho de 2010, disponível em http://www2.gnr.pt/default.asp?do=241t4nzn5_r52rpvnv5/241t4nzn5.

- GNRc (s.d.). *Organigrama da Secção de Programas Especiais*. Consultado a 9 de Julho de 2010, disponível em http://www2.gnr.pt/default.asp?do=241t4nzn5_r52rpvnv5/14tn0vt4nznr52rpvnv5.
- PSP (s.d.). *Escola Segura*. Consultado a 9 de Julho de 2010, disponível em <http://www.psp.pt/Pages/programasespeciais/escolasegura.aspx?menu=4>.
- Teens Contribute to police youth strategy* (2010). Consultado a 13 de Janeiro de 2010, disponível em <http://news.stv.tv/scotland/east-central/148184-teens-contribute-to-police-youth-strategy/>.

LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS INSTITUCIONAIS

- Carta de Missão da GNR de 2008.
- Código Deontológico do Serviço Policial.
- Código de Conduta do Militar da Guarda.
- Código de Honra do Militar da Guarda.
- Decreto-Lei n.º 297/2009, de 14 de Outubro de 2009, Diário da República, 1.ª série — N.º 199.
- Decreto Regulamentar n.º 19/2008, de 27 de Novembro de 2008, Diário da República, 1.ª série — N.º 231.
- Despacho n.º 4501/2010, de 15 de Março de 2010, Diário da República, 2.ª série — N.º 51.
- Despacho n.º 53/2009 – OG, de 15 de Março de 2010.
- Despacho n.º 72/2008 – OG, de 22 de Dezembro.
- Lei n.º 63/2007, de 6 de Novembro de 2007, Diário da República, 1.ª série — N.º 213.
- Mensagem n.º 9549, de 21 de Dezembro de 2000, da 3ª Repartição do Comando Geral.
- Nota n.º 7864, de 23 de Outubro de 2008, da 3ª Repartição do Comando Geral.
- Portaria n.º 1450/2008, de 16 de Dezembro de 2008, Diário da República, 1.ª série — N.º 242.
- Quadro de Avaliação e Responsabilização da GNR de 2009.
- Quadro de Avaliação e Responsabilização da GNR de 2010.
- Relatório Anual de Segurança Interna de 2009.

APÊNDICES

APÊNDICE A

PROGRAMA ESCOLA SEGURA

Evolução do Programa Escola Segura

O Programa Escola Segura foi originado com um protocolo celebrado entre o Ministério da Administração Interna (MAI) e o Ministério da Educação (ME), em 16 de Setembro 1992, com o objectivo de unirem esforços para garantirem a segurança da população, das instalações e dos equipamentos escolares.

A necessidade da sua criação surgiu devido ao aumento da criminalidade juvenil nos meios escolares, da qual derivava um sentimento de insegurança em toda a comunidade, e a desadequação dos modelos tradicionais a esta realidade (M. Silva, 2008).

Aquando da criação do programa, em 1992, apenas foram abrangidas as escolas que apresentavam uma maior carência em meios humanos e materiais, a fim de se melhorar as suas condições de segurança (PSP, s.d.). Assim, foram abrangidas inicialmente 17 escolas. Face aos resultados obtidos nestas com este programa, em 13 de Setembro de 1993, num protocolo complementar entre o MAI e o Secretário de Estado dos Recursos Educativos, passa para 46 o número de escolas abrangidas pelo programa, a 65 em Setembro de 1996 e a 86 no início do ano lectivo de 1997/1998 (Soares *apud* M. Silva, 2008).

A 30 de Setembro de 1996, com o Despacho n.º 50/96 do MAI, foi criado o PES, alargando a nível nacional a segurança dos estabelecimentos de ensino (porém, nem todos foram abrangidos) (M. Silva, 2008). Foram também criadas, nesse ano, equipas especializadas, na GNR e PSP e com veículos automóveis próprios, para garantir a segurança e vigilância das escolas (PSP, s.d.).

Posteriormente forem criados os Núcleos Escola Segura (NES) na GNR (Mensagem n.º 9549, 2000).

O Despacho Conjunto n.º 105 - A/2005, de 2 de Fevereiro, do MAI e do ME, o Regulamento do Programa Escola Segura, definiu os objectivos prioritários do Programa, os princípios estratégicos e a estrutura organizacional de coordenação do mesmo. Tendo sido objecto de reavaliação, da qual resultou a publicação do Despacho Conjunto n.º 25649/2006 de 29 Novembro, definindo como objectivos prioritários para o Programa Escola Segura: promover uma cultura de segurança nas escolas; fomentar o civismo e a cidadania, contribuindo deste modo para a afirmação da comunidade escolar enquanto espaço privilegiado de integração e socialização; diagnosticar, prevenir e intervir nos problemas de

segurança das escolas; determinar, prevenir e erradicar a ocorrência de comportamentos de risco e/ou de ilícitos nas escolas e nas áreas envolventes; promover, de forma concertada com os respectivos parceiros, a realização de acções de sensibilização e de formação sobre a problemática da prevenção e da segurança em meio escolar; e recolher informações e dados estatísticos e realizar estudos que permitam dotar as entidades competentes de um conhecimento objectivo sobre a violência, os sentimentos de insegurança e a vitimação na comunidade educativa (PSP, s.d.).

Avaliações ao PES

O programa foi sujeito a algumas avaliações, que resultaram em relatórios, nomeadamente o Relatório n.º 943/CTA/2000, de 20 de Junho, da Inspeção – Geral de Finanças (IGF), elaborado numa parceria com a Inspeção – Geral da Educação e a Inspeção – Geral da Administração Interna, assim como o relatório final de Grupo de Trabalho Interministerial (MAI e ME), que surgiu em consequência do primeiro, através do Despacho – conjunto n.º 692/2000, de 30 de Maio, que criou o mencionado grupo. Do primeiro, resultaram inúmeras conclusões, de entre as quais, a necessidade de se ponderarem as estratégias que estavam a ser utilizadas nos estabelecimentos de ensino, dado que deveriam garantir uma maior visibilidade dos agentes policiais envolvidos. Já o segundo, tinha como missão avaliar os resultados da avaliação anterior, e apresentar propostas para a melhoria do programa. Tendo concluído que o programa deveria continuar, mas devido à sua integração no policiamento de proximidade deveria sofrer remodelações (M. Silva, 2008).

Foi em consequência destas avaliações criado, com o Despacho n.º 25650/2006, o Grupo Coordenador do Programa Escola Segura (GCPES), cujo objectivo era reformular o PES e criar um modelo com as finalidades seguintes: centrar a problemática da segurança das escolas nestas e não nas forças de segurança; apoiar-se na experiência adquirida pela GNR e PSP no PES; e criar condições para uma efectiva implementação, coordenação e avaliação do programa, tanto através de uma estrutura organizacional como através de parcerias (M. Silva, 2008).

O GCPES faz assim, parte da estrutura organizacional do programa, e é constituído por três representantes do MAI, dos quais um é da GNR e um da PSP e três representantes do ME, em que um deles é do Gabinete de Segurança do ME. Competindo-lhe coordenar e acompanhar a nível nacional o programa e propor as tutelas a adopção de medidas pertinentes, visando a consecução dos objectivos (M. Silva, 2008).

Programa Escola Segura na GNR

O PES é previsto como atribuição da Guarda, de uma forma geral no Art.º 3º da Lei n.º63/2007, e de forma mais específica na alínea vii), da alínea a) do Art.º 6º do Decreto Regulamentar 19/2008, de 27 de Novembro, e na alínea vi), da alínea a) do Art.º 10º do Despacho 4501/2010, da qual consta que este programa é da competência da Direcção de Operações da GNR, mais precisamente da Divisão de Emprego Operacional.

Com a aprovação da Lei n.º 63/2007 e da publicação da Portaria n.º 1450/2008, de 16 de Dezembro, que estabeleceu a organização interna das unidades territoriais – Comandos Territoriais, surgiu, a 01 de Janeiro de 2009, o Núcleo de Programas Especiais (NPE), que integrou o NES, nos Destacamentos Territoriais. O NPE ficava na dependência directa dos Comandantes de Destacamentos (Despacho n.º 72/08- Ordem à Guarda (OG), de 22 de Dezembro²⁴).

Posteriormente, a designação de NPE, foi alterada, com o Despacho 53/09-OG, de 15 de Março de 2010²⁵, para Secção de Programas Especiais²⁶ (SPE). Ficando também este na dependência directa do Comandante de Destacamento.

Analisando a Portaria n.º 1450/2008, verifica-se que a mesma faz referência a 91 Destacamentos Territoriais. Retirando a estes, 6 que ainda não foram criados, mais 4 (1 Destacamento Territorial da Madeira + 3 dos Açores) nos quais não existe SPE, resultam 81 SPE (R. Copeto²⁷, comunicação pessoal, 21 de Junho de 2010).

²⁴ Ver Anexo F.4 – Despacho n.º 72/08-OG, de 22 de Dezembro – Excerto.

²⁵ Ver Anexo F.5 – Despacho n.º 53/09-OG, de 15 de Março de 2010 – Excerto.

²⁶ Ver Anexo I – Organigrama da SPE.

²⁷ Capitão de GNR, da Repartição de Programas Especiais - Divisão de Emprego Operacional.

APÊNDICE B

SELECÇÃO DA POPULAÇÃO

A escolha da Escola Secundária das Caldas das Taipas, deriva do facto, da necessidade surgida de aplicar os inquéritos no período antecedente ao do disponibilizado para a elaboração do TIA, dado que no período de elaboração do mesmo, as escolas já não estariam a ministrar aulas, por causa dos exames nacionais e, posteriormente porque entrariam no período de férias escolares.

Dando-se a aplicação dos inquéritos no decorrer do estágio de prática de comando nas unidades territoriais, neste caso no comando de Braga, mais precisamente no Destacamento Territorial de Guimarães.

A prioridade da aplicação do inquérito era que os alunos fossem de áreas territoriais da responsabilidade da Guarda.

Após se ter efectuado algumas consultas junto do NES deste Destacamento, apurou-se que a escola secundária da sua área, com maior probabilidade de ter alunos do 12º ano, que já tivessem assistido a acções no âmbito do PES, era a Escola Secundária das Caldas das Taipas e, era também a segunda com maior número de alunos, conforme o Anexo K, tendo no 12º ano 249 alunos.

APÊNDICE C

INQUÉRITO

C.1 INTRODUÇÃO

O inquérito está dividido em duas partes distintas: Parte I – Dados gerais de caracterização do inquirido e a Parte II – Caracterização do objecto de estudo. Tendo 8 questões fechadas e 3 questões abertas.

A Parte I, tem um total de 5 questões com as quais se pretende saber a idade do inquirido (questão n.º 1 – aberta), o género (questão n.º 2), o ano de escolaridade que frequenta (questão n.º 3 – aberta), o curso que frequenta (questão n.º 4) e se tem ou não familiares na GNR e em caso afirmativo qual o grau de parentesco (questão n.º 5).

A Parte II, tem 6 questões e visa dar resposta às perguntas de investigação e verificação das hipóteses formuladas. Inicia-se com uma questão subdividida em 30 afirmações (questão n.º 6), que pretendem verificar a percepção dos próprios inquiridos e a que eles pensam ser a opinião dos pais e pares sobre: os comportamentos e atitudes dos militares da GNR, a imagem da instituição e a qualidade dos serviços prestados. Posteriormente é perguntado se o inquirido assistiu a acções de sensibilização/formação no âmbito do PES e se sim, em que local (questão n.º 7). Na questão seguinte (questão n.º 8) foi questionado sobre o possível benefício para a imagem da instituição de estabelecer um contacto directo entre os militares e os jovens (questões n.ºs 8.1 e 8.2) e do PES (questões n.ºs 8.3 e 8.4). A questão n.º 9, visa saber o grau de influência de alguns factores na criação da imagem dos jovens sobre a GNR, e a questão n.º 11 qual a imagem de diversas forças. As respostas (à excepção da 7) são feitas através da utilização de uma escala de Likert²⁸ (com cinco níveis). O facto de ser ímpar proporciona ao inquirido a escolha do meio da escala, de modo a não extremar a sua opinião. A resposta à questão n.º 7 é através de uma escala nominal, qualitativamente diferente e mutuamente exclusiva (Sim/Não) (M. Hill e A.Hill, 2008).

A questão n.º 10 (aberta) permite aos inquiridos fornecer a sua opinião sobre formas para a melhoria da comunicação entre os jovens e a GNR, permitindo deste modo obter novas ideias e sugestões para possíveis melhorias dessa comunicação.

²⁸ Os inquiridos indicam o grau de concordância ou discordância com declarações.

C.2 QUADRO DE VARIÁVEIS

O Quadro C.1 apresenta as variáveis do questionário que foram alvo de análise.

Quadro C.1: Variáveis analisadas no questionário.

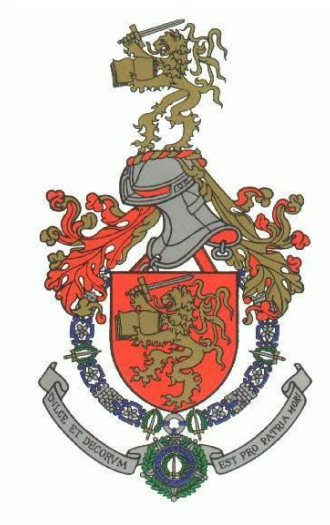
| CARACTERIZAÇÃO DOS INQUIRIDOS | | | | | | QUESTÃO |
|-------------------------------|--------------------------|--------------|----------|-----|----|---------|
| Idade | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 1 |
| Género | Masculino | | Feminino | | | 2 |
| Ano de Escolaridade | 12º ano | | | | | 3 |
| Curso | Geral | Profissional | | | | 4 |
| Familiar na GNR | Sim (Grau de Parentesco) | | | Não | | 5 |

| CARACTERIZAÇÃO DO OBJECTO DE ESTUDO | | | | | QUESTÃO | | |
|---|--|------------|--|-------------|---------|------|-------|
| | | | | | Eu | Pais | Pares |
| Comportamentos e Atitudes dos Militares | Respeito | | | | 6.1 | 6.27 | 6.9 |
| | Correcção nas actuações | | | | 6.18 | 6.5 | 6.15 |
| | Imparcialidade | | | | 6.6 | 6.23 | 6.26 |
| | Autoritarismo | | | | 6.8 | 6.28 | 6.11 |
| | Honestidade | | | | 6.10 | 6.16 | 6.20 |
| | Proporcionalidade do uso da força | | | | 6.25 | 6.12 | 6.17 |
| Qualidade dos Serviços | Qualidade dos Serviços | | | | 6.3 | 6.14 | 6.22 |
| Imagem | Confiança | | | | 6.30 | 6.13 | 6.21 |
| | Importância do papel da GNR na actualidade | | | | 6.24 | 6.19 | 6.4 |
| | Imagem Global | | | | 6.29 | 6.2 | 6.7 |
| Contacto com GNR | Acções de sensibilização gerais | | | | 8.1 | | |
| | Contacto directo com militares | | | | 8.2 | | |
| Programa Escola Segura | Acções de sensibilização no âmbito do PES | | | | 8.3 | | |
| | Programa Escola Segura | | | | 8.4 | | |
| | Assistir a acções de sensibilização no âmbito do PES | | | | 7 | | |
| Influências | Comportamentos e Atitudes dos militares | | | | 9 | | |
| | Família (Pais) | | | | 9 | | |
| | Pares | | | | 9 | | |
| | Media | | | | 9 | | |
| Imagem de diferentes Forças | PSP | P.Marítima | | P.Municipal | GNR | 11 | |
| Sugestões | Medidas para a GNR melhorar a sua comunicação | | | | | 10 | |

C.3 INQUÉRITO

ACADEMIA MILITAR

Inquérito para Dissertação de Mestrado



“A Imagem da Guarda Nacional Republicana na Comunidade Escolar”.

ÂMBITO

O presente questionário insere-se no âmbito do Trabalho de Investigação Aplicada necessário para a conclusão do Mestrado em Ciências Militares na Especialidade de Segurança da Academia Militar, cujo tema é a “A Imagem da Guarda Nacional Republicana na Comunidade Escolar”.

Tem como único objectivo a recolha de dados para a elaboração do estudo. O questionário é anónimo, não contém nenhuma questão que o possa identificar e a informação por si fornecida será tratada de forma absolutamente confidencial.

A sinceridade das suas respostas é fundamental para que os resultados do estudo nos forneçam informação fundamental e verdadeira.

Por favor responda a todas as questões que lhe forem colocadas, pois a sua opinião é fundamental para alcançar os objectivos deste trabalho.

Instruções para responder ao questionário:

- **Leia com atenção todas as questões e siga as instruções dadas.**
- **Numa pergunta pedimos-lhe para especificar um número.**
Exemplo: Quantos anos tem? (Escreva) _____ Anos
Por favor escreva os números no espaço indicado.
- **Noutros casos pedimos que responda às afirmações apresentadas de acordo com a seguinte escala:**

Exemplo: Que avaliação fazem os teus amigos, em geral, da GNR?

| Discordo Totalmente | Discordo | Não concordo/ Nem discordo | Concordo | Concordo Totalmente |
|---------------------|----------|-------------------------------|----------|---------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Por favor assinale com uma cruz (X) a resposta que melhor corresponder à sua opinião, tendo sempre em conta a escala de graduação.

- **Em algumas perguntas pedimos-lhe para escrever a resposta em palavras.**
Exemplo: Quais as medidas que na sua opinião, a GNR deveria tomar para se dar a conhecer melhor? _____
Por favor escreva na(s) linha(s) indicada(s).
- **Quando terminar o preenchimento do questionário verifique, por favor, se respondeu a todas as perguntas.**
- **O questionário não é um teste, não tendo portanto respostas certas ou erradas.**
- **O questionário demora aproximadamente 10 minutos a ser preenchido.**

Muito Obrigada pela Colaboração.

PARTE 1 – DADOS GERAIS DE CARACTERIZAÇÃO DO INQUIRIDO

1. Quantos anos tem? (Escreva) _____ Anos

2. Qual o seu género?

| | |
|-----------|----------|
| Masculino | Feminino |
| | |

3. Qual o ano de escolaridade que actualmente frequenta? (Escreva) _____º Ano

4. Frequenta um curso geral ou profissional?

| | |
|-------|--------------|
| Geral | Profissional |
| | |

5. Tem algum familiar na Guarda Nacional Republicana (GNR)?

| | |
|-----|-----|
| Não | Sim |
| | |

Se respondeu sim, qual o parentesco: _____

PARTE 2 – CARACTERIZAÇÃO DO OBJECTO DE ANÁLISE

6. Pontue as seguintes afirmações, de acordo com o seu grau de concordância seguindo a escala seguinte:

| Discordo Totalmente | Discordo | Não concordo/ Nem discordo | Concordo | Concordo Totalmente |
|---------------------|----------|----------------------------|----------|---------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | Afirmação: | Escala: | | | | |
|-----|--|---------|---|---|---|---|
| 6.1 | Eu considero que os militares da GNR têm respeito pelos cidadãos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |
| 6.2 | Os meus pais têm uma Imagem global, positiva da GNR. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |
| 6.3 | Eu considero que os serviços prestados pela GNR são de qualidade. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |
| 6.4 | Para os meus amigos o papel da GNR na sociedade actual é importante. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |
| 6.5 | Para os meus pais, os militares da GNR exibem correcção nas actuações. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|------|--|---|---|---|---|---|
| 6.6 | Eu considero que os militares da GNR pautam a sua actuação com imparcialidade. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.7 | Os meus amigos, em geral, têm uma Imagem positiva da GNR. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.8 | Eu considero que os militares da GNR são autoritários. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.9 | Os meus amigos consideram que os militares da GNR têm respeito pelos cidadãos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.10 | Eu considero que os militares da GNR são honestos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.11 | Os meus amigos acham que os militares da GNR são autoritários. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.12 | Para os meus pais os militares da GNR actuam com proporcionalidade do uso da força. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.13 | Os meus pais têm confiança na GNR. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.14 | Os meus pais acham que os serviços prestados pela GNR são de qualidade. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.15 | Para os meus amigos, os militares da GNR exibem correcção nas actuações. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.16 | Para os meus pais os militares da GNR são honestos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.17 | Para os meus amigos os militares da GNR actuam com proporcionalidade do uso da força. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.18 | Eu considero que os militares da GNR exibem correcção nas actuações. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.19 | Os meus pais consideram importante o papel da GNR na sociedade actual. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.20 | Os meus amigos acham que os militares da GNR são honestos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.21 | Os meus amigos confiam na GNR. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.22 | A opinião dos meus amigos é que os serviços prestados pela GNR são de qualidade. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.23 | Para os meus pais, os militares da GNR pautam a sua actuação com imparcialidade. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.24 | Eu considero importante o papel da GNR na sociedade actual. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.25 | Eu considero que os militares da GNR actuam com proporcionalidade do uso da força. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.26 | Os meus amigos acham que os militares da GNR pautam a sua actuação com imparcialidade. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.27 | Para os meus pais os militares da GNR têm respeito pelos cidadãos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|------|---|---|---|---|---|---|
| 6.28 | Os meus pais consideram que os militares da GNR são autoritários. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |
| 6.29 | Eu considero que a Imagem global da GNR é positiva. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |
| 6.30 | Eu tenho confiança na GNR. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |

7. Alguma vez assistiu a acções de sensibilização/formação realizadas pelos militares da GNR, no âmbito do Programa “Escola Segura”?

| | |
|-----|-----|
| Não | Sim |
| | |

Se respondeu sim, em que local: _____
(Ex: Televisão, na escola)

8. Relativamente às acções de sensibilização realizadas pelos militares da GNR, pontue as seguintes afirmações, de acordo com o seu grau de concordância seguindo a escala seguinte: (independente da resposta dada na pergunta 8).

| | | | | |
|---------------------|----------|----------------------------|----------|---------------------|
| Discordo Totalmente | Discordo | Não concordo/ Nem discordo | Concordo | Concordo Totalmente |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|
| 8.1 | As acções de sensibilização/formação levadas a cabo pela GNR, contribuem para uma melhor Imagem da Instituição. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |
| 8.2 | O contacto directo com os militares da GNR, como por exemplo em acções de sensibilização, visita aos quartéis, é uma forma da GNR melhorar a sua Imagem junto da população. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |
| 8.3 | A minha Imagem sobre a GNR melhorou com as acções de sensibilização/formação efectuadas pelos militares do Programa Escola Segura. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |
| 8.4 | O Programa Escola Segura permite melhorar a Imagem da GNR junto dos jovens. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | | |

9. Pontue o grau de influência de cada um dos seguintes factores na criação da sua imagem sobre a GNR. Considere a escala de 1 a 5, em que 1 corresponde ao que não influência nada e 5 ao que influência muito.

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| Comportamento e Atitudes dos Militares | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | |
| Família (Pais) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | |
| Pares | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | |
| <i>Media</i> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | |

10. Quais as medidas que na sua opinião, a GNR deveria tomar para melhorar a sua comunicação com os jovens, para se dar a conhecer melhor? (*exemplo: visitas aos postos/destacamentos; palestras sobre a sua forma de actuação e a razão de ser dessa forma, etc*).

11. Qual a sua Imagem, relativamente às seguintes forças?

| | Muito má 1 | Má 2 | Razoável 3 | Boa 4 | Muito boa 5 |
|---------------------------------|---------------|---------|---------------|----------|----------------|
| Polícia de Segurança Pública | | | | | |
| Polícia Marítima | | | | | |
| Polícias Municipais | | | | | |
| Guarda Nacional Republicana | | | | | |

FIM
Muito obrigada pela colaboração!

APÊNDICE D

RESULTADOS DA CARACTERIZAÇÃO DOS INQUIRIDOS

- QUESTÃO N.º 1 – IDADE.

Na Tabela D.1 apresentam-se a frequência e a percentagem de respostas da questão n.º 1.

Tabela D.1: Idade – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Frequência | Percentagem |
|------------------|------------|-------------|
| 17 | 88 | 40,6 |
| 18 | 94 | 43,3 |
| 19 | 27 | 12,4 |
| 20 | 4 | 1,8 |
| 21 | 4 | 1,8 |
| Total | 217 | 100,0 |

- QUESTÃO N.º 2 – GÉNERO.

Na Tabela D.2 apresentam-se a frequência e a percentagem de respostas da questão n.º 2.

Tabela D.2: Género – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Frequência | Percentagem |
|------------------|------------|-------------|
| Masculino | 84 | 38,7 |
| Feminino | 133 | 61,3 |
| Total | 217 | 100,0 |

- QUESTÃO N.º 3 – ANO DE ESCOLARIDADE QUE FREQUENTA.

Na Tabela D.3 apresentam-se a frequência e percentagem de respostas da questão n.º 3.

Tabela D.3: Ano de escolaridade que frequenta – Frequência e percentagem de respostas.

| Nível da Escala | Frequência | Percentagem |
|-----------------|------------|-------------|
| 12º Ano | 217 | 100,0 |

• QUESTÃO N.º 4 – CURSO.

Na Tabela D.4 apresentam-se a frequência e percentagem de respostas da questão n.º 4.

Tabela D.4: Curso – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Frequência | Percentagem |
|------------------|------------|-------------|
| Geral | 137 | 63,1 |
| Profissional | 80 | 36,9 |
| Total | 217 | 100,0 |

• QUESTÃO N.º 5 – FAMILIAR NA GNR.

Nas Tabelas D.5 e D.6 apresentam-se a frequência e percentagem de respostas da questão n.º 5, quanto ao ter familiares na GNR, e o respectivo grau de parentesco.

Tabela D.5: Familiar na GNR – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Frequência | Percentagem |
|------------------|------------|-------------|
| Sim | 9 | 4,1 |
| Não | 208 | 95,9 |
| Total | 217 | 100,0 |

Tabela D.6: Grau de Parentesco – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Frequência | Percentagem |
|------------------|------------|-------------|
| Tio | 6 | 2,8 |
| Primo | 2 | ,9 |
| Pai | 1 | ,5 |
| Total | 9 | 4,1 |

APÊNDICE E

RESULTADOS DA CARACTERIZAÇÃO DO OBJECTO DE ESTUDO

- **TESTE DE ALFA DE CRONBACH.**

A Tabela E.1 apresenta a estatística Item-Total, do coeficiente de consistência interna Alfa de Cronbach.

Tabela E.1: Estatísticas Item-Total.

| | Média da escala se item eliminado | Variância da escala se item eliminado | Correlação item-total corrigida | Alfa de Cronbach se item eliminado |
|--------|---|---|---------------------------------------|--|
| R_6.1 | 144,01 | 214,343 | ,515 | ,924 |
| R_6.2 | 144,10 | 212,888 | ,566 | ,923 |
| R_6.3 | 144,32 | 213,284 | ,548 | ,923 |
| R_6.4 | 144,12 | 214,634 | ,464 | ,924 |
| R_6.5 | 144,24 | 213,653 | ,545 | ,923 |
| R_6.6 | 144,52 | 213,353 | ,507 | ,924 |
| R_6.7 | 144,39 | 211,664 | ,595 | ,923 |
| R_6.8 | 144,16 | 219,605 | ,193 | ,927 |
| R_6.9 | 144,30 | 212,618 | ,573 | ,923 |
| R_6.10 | 144,41 | 211,002 | ,605 | ,923 |
| R_6.11 | 144,27 | 219,187 | ,231 | ,927 |
| R_6.12 | 144,54 | 219,536 | ,213 | ,927 |
| R_6.13 | 144,15 | 211,506 | ,624 | ,923 |
| R_6.14 | 144,29 | 210,274 | ,695 | ,922 |
| R_6.15 | 144,43 | 214,617 | ,622 | ,923 |
| R_6.16 | 144,33 | 211,028 | ,644 | ,922 |
| R_6.17 | 144,44 | 217,303 | ,356 | ,925 |
| R_6.18 | 144,20 | 211,780 | ,676 | ,922 |
| R_6.19 | 143,84 | 213,803 | ,546 | ,923 |
| R_6.20 | 144,46 | 211,879 | ,649 | ,922 |
| R_6.21 | 144,34 | 211,984 | ,622 | ,923 |

| | Média da escala se item eliminado | Variância da escala se item eliminado | Correlação item-total corrigida | Alfa de Cronbach se item eliminado |
|--------------------|---|---|---------------------------------------|--|
| R_6.22 | 144,48 | 211,769 | ,694 | ,922 |
| R_6.23 | 144,45 | 213,850 | ,548 | ,923 |
| R_6.24 | 143,73 | 213,780 | ,512 | ,924 |
| R_6.25 | 144,46 | 217,268 | ,324 | ,926 |
| R_6.26 | 144,53 | 213,185 | ,645 | ,923 |
| R_6.27 | 144,13 | 212,746 | ,636 | ,923 |
| R_6.28 | 144,35 | 216,684 | ,393 | ,925 |
| R_6.29 | 144,08 | 211,286 | ,650 | ,922 |
| R_6.30 | 144,12 | 211,300 | ,650 | ,922 |
| R_7 | 146,39 | 225,062 | -,015 | ,927 |
| R_8.1 | 143,82 | 218,808 | ,329 | ,925 |
| R_8.2 | 143,67 | 218,869 | ,313 | ,925 |
| R_8.3 | 144,26 | 217,824 | ,364 | ,925 |
| R_8.4 | 143,87 | 218,227 | ,357 | ,925 |
| R_9_Comp_Militares | 143,59 | 218,336 | ,240 | ,927 |
| R_9_Família | 144,19 | 215,916 | ,325 | ,926 |
| R_9_Pares | 144,51 | 218,473 | ,226 | ,927 |
| R_9_Media | 144,19 | 219,444 | ,184 | ,928 |
| R_11_PSP | 144,24 | 216,755 | ,392 | ,925 |
| R_11_PMarítima | 144,06 | 219,987 | ,261 | ,926 |
| R_11_PMunicipal | 144,50 | 217,122 | ,363 | ,925 |
| R_11_GNR | 144,13 | 212,780 | ,574 | ,923 |

- QUESTÃO N.º 6 – COMPORTAMENTOS E ATITUDES DOS MILITARES, IMAGEM E QUALIDADE DOS SERVIÇOS.

O Gráfico E.1 apresenta a média das respostas à questão n.º 6 e a Tabela E.2 apresenta os valores de estatística descritiva relativamente à mesma questão. Da Tabela E.3 à E.12 apresentam-se a frequência e percentagem de respostas da questão n.º 6, relativamente ao próprio inquirido, assim como às percepções que o mesmo tem sobre os pais e os pares. A Tabela E.13 indica a frequência e percentagem da imagem global do próprio.

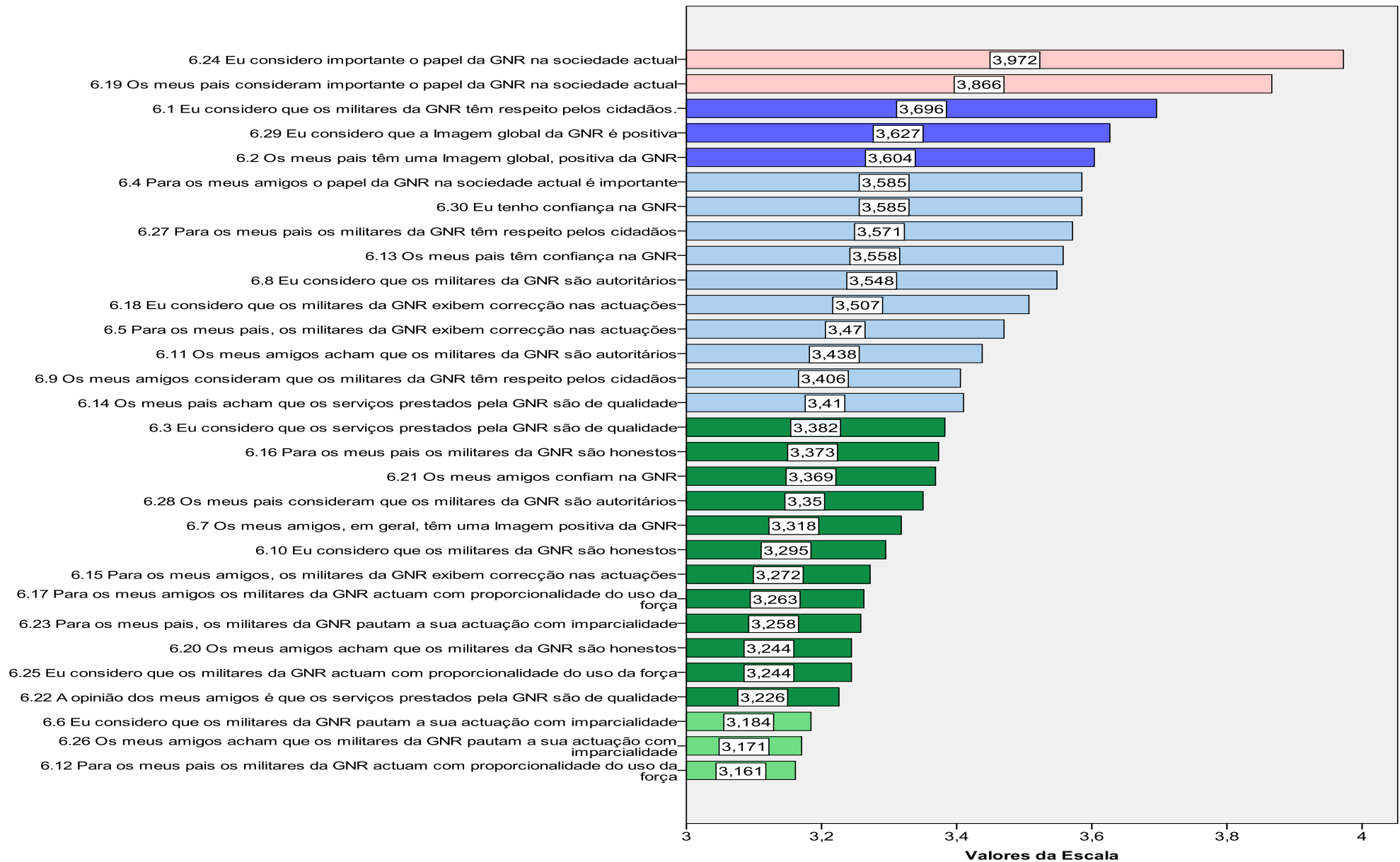


Gráfico E.1: Médias das respostas da questão n.º 6.

Tabela E.2: Valores de estatística descritiva da questão n.º 6.

| | Média | Desvio Padrão | Moda | Mediana | Máximo | Mínimo |
|---|-------|---------------|------|---------|--------|--------|
| 6.1 Eu considero que os militares da GNR têm respeito pelos cidadãos. | 3,70 | ,68 | 4 | 4 | 5 | 1 |
| 6.2 Os meus pais têm uma Imagem global, positiva da GNR. | 3,60 | ,71 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 6.3 Eu considero que os serviços prestados pela GNR são de qualidade. | 3,38 | ,73 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 6.4 Para os meus amigos o papel da GNR na sociedade actual é importante. | 3,59 | ,73 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 6.5 Para os meus pais, os militares da GNR exibem correcção nas actuações. | 3,47 | ,69 | 4 | 3 | 5 | 2 |
| 6.6 Eu considero que os militares da GNR pautam a sua actuação com imparcialidade. | 3,18 | ,75 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 6.7 Os meus amigos, em geral, têm uma Imagem positiva da GNR. | 3,32 | ,74 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 6.8 Eu considero que os militares da GNR são autoritários. | 3,55 | ,83 | 4 | 4 | 5 | 1 |
| 6.9 Os meus amigos consideram que os militares da GNR têm respeito pelos cidadãos. | 3,41 | ,71 | 3 | 3 | 5 | 2 |
| 6.10 Eu considero que os militares da GNR são honestos. | 3,29 | ,77 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 6.11 Os meus amigos acham que os militares da GNR são autoritários. | 3,44 | ,77 | 3 | 3 | 5 | 2 |
| 6.12 Para os meus pais os militares da GNR actuam com proporcionalidade do uso da força. | 3,16 | ,78 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 6.13 Os meus pais têm confiança na GNR. | 3,56 | ,72 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 6.14 Os meus pais acham que os serviços prestados pela GNR são de qualidade. | 3,41 | ,71 | 4 | 3 | 5 | 2 |
| 6.15 Para os meus amigos, os militares da GNR exibem correcção nas actuações. | 3,27 | ,56 | 3 | 3 | 4 | 1 |
| 6.16 Para os meus pais os militares da GNR são honestos. | 3,37 | ,72 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 6.17 Para os meus amigos os militares da GNR actuam com proporcionalidade do uso da força. | 3,26 | ,70 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 6.18 Eu considero que os militares da GNR exibem correcção nas actuações. | 3,51 | ,66 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 6.19 Os meus pais consideram importante o papel da GNR na sociedade actual. | 3,87 | ,68 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 6.20 Os meus amigos acham que os militares da GNR são honestos. | 3,24 | ,67 | 3 | 3 | 1 | 5 |
| 6.21 Os meus amigos confiam na GNR. | 3,37 | ,70 | 3 | 3 | 1 | 5 |
| 6.22 A opinião dos meus amigos é que os serviços prestados pela GNR são de qualidade. | 3,23 | ,64 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 6.23 Para os meus pais, os militares da GNR pautam a sua actuação com imparcialidade. | 3,26 | ,67 | 3 | 3 | 5 | 2 |
| 6.24 Eu considero importante o papel da GNR na sociedade actual. | 3,97 | ,72 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 6.25 Eu considero que os militares da GNR actuam com proporcionalidade do uso da força. | 3,24 | ,76 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 6.26 Os meus amigos acham que os militares da GNR pautam a sua actuação com imparcialidade. | 3,17 | ,61 | 3 | 3 | 5 | 2 |
| 6.27 Para os meus pais os militares da GNR têm respeito pelos cidadãos. | 3,57 | ,64 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 6.28 Os meus pais consideram que os militares da GNR são autoritários. | 3,35 | ,69 | 3 | 3 | 5 | 2 |
| 6.29 Eu considero que a Imagem global da GNR é positiva. | 3,63 | ,70 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 6.30 Eu tenho confiança na GNR. | 3,59 | ,70 | 4 | 4 | 5 | 2 |

Tabela E.3: Respeito – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | 6.1 (Inquirido) | | 6.27 (Pais) | | 6.9 (Pares) | |
|---------------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 1 | ,5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Discordo | 10 | 4,6 | 9 | 4,1 | 21 | 9,7 |
| Não concordo nem discordo | 57 | 26,3 | 84 | 38,7 | 95 | 43,8 |
| Concordo | 135 | 62,2 | 115 | 53,0 | 93 | 42,9 |
| Concordo Totalmente | 14 | 6,5 | 9 | 4,1 | 8 | 3,7 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

Tabela E.4: Correção nas Actuações – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | 6.18 (Inquirido) | | 6.5 (Pais) | | 6.15 (Pares) | |
|---------------------------|------------------|-------------|------------|-------------|--------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 0 | ,0 | 0 | 0 | 1 | ,5 |
| Discordo | 11 | 5,1 | 15 | 6,9 | 9 | 4,1 |
| Não concordo nem discordo | 93 | 42,9 | 94 | 43,3 | 137 | 63,1 |
| Concordo | 105 | 48,4 | 99 | 45,6 | 70 | 32,3 |
| Concordo Totalmente | 8 | 3,7 | 9 | 4,1 | 0 | 0 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

Tabela E.5: Imparcialidade – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | 6.6 (Inquirido) | | 6.23 (Pais) | | 6.26 (Pares) | |
|---------------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 3 | 1,4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Discordo | 32 | 14,7 | 23 | 10,6 | 24 | 11,1 |
| Não concordo nem discordo | 108 | 49,8 | 120 | 55,3 | 133 | 61,3 |
| Concordo | 70 | 32,3 | 69 | 31,8 | 59 | 27,2 |
| Concordo Totalmente | 4 | 1,8 | 5 | 2,3 | 1 | ,5 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

Tabela E.6: Autoritarismo – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | 6.8 (Inquirido) | | 6.28 (Pais) | | 6.11 (Pares) | |
|---------------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 2 | ,9 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Discordo | 20 | 9,2 | 18 | 8,3 | 19 | 8,8 |
| Não concordo nem discordo | 74 | 34,1 | 113 | 52,1 | 103 | 47,5 |
| Concordo | 99 | 45,6 | 78 | 35,9 | 76 | 35,0 |
| Concordo Totalmente | 22 | 10,1 | 8 | 3,7 | 19 | 8,8 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

Tabela E.7: Honestidade – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | 6.10 (Inquirido) | | 6.16 (Pais) | | 6.20 (Pares) | |
|---------------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 4 | 1,8 | 1 | ,5 | 1 | ,5 |
| Discordo | 21 | 9,7 | 20 | 9,2 | 22 | 10,1 |
| Não concordo nem discordo | 107 | 49,3 | 101 | 46,5 | 121 | 55,8 |
| Concordo | 77 | 35,5 | 87 | 40,1 | 69 | 31,8 |
| Concordo Totalmente | 8 | 3,7 | 8 | 3,7 | 4 | 1,8 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

Tabela E.8: Proporcionalidade do Uso da Força – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | 6.25 (Inquirido) | | 6.12 (Pais) | | 6.17 (Pares) | |
|---------------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 3 | 1,4 | 7 | 3,2 | 3 | 1,4 |
| Discordo | 30 | 13,8 | 28 | 12,9 | 19 | 8,8 |
| Não concordo nem discordo | 98 | 45,2 | 107 | 49,3 | 116 | 53,5 |
| Concordo | 83 | 38,2 | 73 | 33,6 | 76 | 35,0 |
| Concordo Totalmente | 3 | 1,4 | 2 | ,9 | 3 | 1,4 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

Tabela E.9: Confiança – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | 6.30 (Inquirido) | | 6.13 (Pais) | | 6.21 (Pares) | |
|---------------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | ,9 |
| Discordo | 16 | 7,4 | 16 | 7,4 | 15 | 6,9 |
| Não concordo nem discordo | 69 | 31,8 | 77 | 35,5 | 107 | 49,3 |
| Concordo | 121 | 55,8 | 111 | 51,2 | 87 | 40,1 |
| Concordo Totalmente | 11 | 5,1 | 13 | 6,0 | 6 | 2,8 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

Tabela E.10: Importância do papel na actualidade – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | 6.24 (Inquirido) | | 6.19 (Pais) | | 6.4 (Pares) | |
|---------------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ,0 |
| Discordo | 7 | 3,2 | 6 | 2,8 | 14 | 6,5 |
| Não concordo nem discordo | 38 | 17,5 | 48 | 22,1 | 79 | 36,4 |
| Concordo | 126 | 58,1 | 132 | 60,8 | 107 | 49,3 |
| Concordo Totalmente | 46 | 21,2 | 31 | 14,3 | 17 | 7,8 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

Tabela E.11: Imagem Global – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | 6.29 (Inquirido) | | 6.2 (Pais) | | 6.7 (Pares) | |
|---------------------------|------------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | ,9 |
| Discordo | 14 | 6,5 | 13 | 6,0 | 26 | 12,0 |
| Não concordo nem discordo | 67 | 30,9 | 75 | 34,6 | 94 | 43,3 |
| Concordo | 122 | 56,2 | 114 | 52,5 | 91 | 41,9 |
| Concordo Totalmente | 14 | 6,5 | 15 | 6,9 | 4 | 1,8 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

Tabela E.12: Qualidade dos Serviços Prestados – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | 6.3 (Inquirido) | | 6.14 (Pais) | | 6.22 (Pares) | |
|---------------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 1 | ,5 | 0 | 0 | 1 | ,5 |
| Discordo | 20 | 9,2 | 21 | 9,7 | 19 | 8,8 |
| Não concordo nem discordo | 96 | 44,2 | 93 | 42,9 | 130 | 59,9 |
| Concordo | 95 | 43,8 | 96 | 44,2 | 64 | 29,5 |
| Concordo Totalmente | 5 | 2,3 | 7 | 3,2 | 3 | 1,4 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

Tabela E.13: Imagem Global do Próprio – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Frequência | Percentagem |
|---------------------------|------------|-------------|
| Discordo Totalmente | 0 | 0 |
| Discordo | 15 | 7,0 |
| Não concordo nem discordo | 92 | 42,3 |
| Concordo | 104 | 47,9 |
| Concordo Totalmente | 6 | 2,8 |
| Total | 217 | 100,0 |

- **QUESTÃO N.º 7 – ASSISTÊNCIA A ACÇÕES NO ÂMBITO DO PES.**

Nas Tabelas E.14 e E.15 apresentam-se a frequência e percentagem de respostas da questão n.º 7, respectivamente à assistência de acções de sensibilização no âmbito do PES e em caso afirmativo o local onde ocorreram.

Tabela E.14: Assistência de acções no âmbito PES – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Frequência | Percentagem |
|------------------|------------|-------------|
| Não | 148 | 68,2 |
| Sim | 69 | 31,8 |
| Total | 217 | 100,0 |

Tabela E.15: Local – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Frequência | Percentagem |
|------------------|------------|-------------|
| Escola | 69 | 31,8 |
| Total | 69 | 31,8 |

- QUESTÃO N.º 8 – CONTACTO COM GNR E PES.**

Da Tabela E.16 à E.19 apresentam-se a frequência e percentagem de respostas da questão n.º 8. As Tabelas E.16 e E.17 apresentam a totalidade das respostas às questões 8.1 e 8.2, respectivamente. As Tabelas E.18 e E.19 apresentam os resultados diferenciados de quem assistiu e de quem não assistiu a acções no âmbito do PES, como a totalidade das respostas, respectivamente, às questões 8.3 e 8.4.

As Tabelas E.20 e E.21 apresentam os valores de estatística descritiva. A Tabela E.20 apresenta os das questões 8.1 e 8.2 e a Tabela E.21 do das questões 8.3 e 8.4, diferenciando os que assistiram e os que não assistiram a acções no âmbito do PES, assim como a totalidade das respostas.

- 8.1 – As acções de sensibilização/formação levadas a cabo pela GNR, contribuem para uma melhor Imagem da Instituição.**

Tabela E.16: Acções da GNR e melhoria da Imagem – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Frequência | Percentagem |
|---------------------------|------------|-------------|
| Discordo Totalmente | 0 | 0 |
| Discordo | 3 | 1,3 |
| Não concordo nem discordo | 44 | 20,3 |
| Concordo | 144 | 66,4 |
| Concordo Totalmente | 26 | 12,0 |
| Total | 217 | 100,0 |

- **8.2 – O contacto directo com os militares da GNR, como por exemplo em acções de sensibilização, visita aos quartéis, é uma forma da GNR melhorar a sua Imagem junto da população.**

Tabela E.17: Contacto directo e melhoria da Imagem – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Frequência | Percentagem |
|---------------------------|------------|-------------|
| Discordo Totalmente | 0 | 0 |
| Discordo | 2 | ,9 |
| Não concordo nem discordo | 33 | 15,2 |
| Concordo | 138 | 63,6 |
| Concordo Totalmente | 44 | 20,3 |
| Total | 217 | 100,0 |

- **8.3 – A minha Imagem sobre a GNR melhorou com as acções de sensibilização/formação efectuadas pelos militares do Programa Escola Segura.**

Tabela E.18: Acções no âmbito PES e melhoria da Imagem – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Quem assistiu a acções - PES | | Quem não assistiu a acções - PES | | Total | |
|---------------------------|------------------------------|-------------|----------------------------------|-------------|------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Discordo | 2 | 2,9 | 5 | 3,4 | 7 | 3,2 |
| Não concordo nem discordo | 25 | 36,2 | 92 | 62,2 | 117 | 53,9 |
| Concordo | 36 | 52,2 | 47 | 31,7 | 83 | 38,3 |
| Concordo Totalmente | 6 | 8,7 | 4 | 2,7 | 10 | 4,6 |
| Total | 69 | 100,0 | 148 | 100,0 | 217 | 100,0 |

- **8.4 – O Programa Escola Segura permite melhorar a Imagem da GNR junto dos jovens.**

Tabela E.19: PES e melhoria da Imagem – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Quem assistiu a acções - PES | | Quem não assistiu a acções - PES | | Total | |
|---------------------------|------------------------------|-------------|----------------------------------|-------------|------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Discordo Totalmente | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Discordo | 3 | 4,3 | 2 | 1,4 | 5 | 2,3 |
| Não concordo nem discordo | 12 | 17,4 | 34 | 23,0 | 46 | 21,2 |
| Concordo | 47 | 68,1 | 98 | 66,1 | 145 | 66,8 |
| Concordo Totalmente | 7 | 10,2 | 14 | 9,5 | 21 | 9,7 |
| Total | 69 | 100,0 | 148 | 100,0 | 217 | 100,0 |

Tabela E.20: Valores de estatística descritiva da questão n.º 8 – 8.1 e 8.2.

| | Média | Desvio Padrão | Moda | Mediana | Máximo | Mínimo |
|---|-------|---------------|------|---------|--------|--------|
| 8.1 As acções de sensibilização/formação levadas a cabo pela GNR, contribuem para uma melhor Imagem da Instituição. | 3,89 | ,61 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 8.2 O contacto directo com os militares da GNR, como por exemplo em acções de sensibilização, visita aos quartéis, é uma forma da GNR melhorar a sua Imagem junto da população. | 4,03 | ,63 | 4 | 4 | 5 | 2 |

Tabela E.21: Valores de estatística descritiva da questão n.º 8 – 8.3 e 8.4.

| | Média | Desvio Padrão | Moda | Mediana | Máximo | Mínimo |
|--|-------|---------------|------|---------|--------|--------|
| Inquiridos que assistiram a acções de sensibilização no âmbito do PES | | | | | | |
| 8.3 A minha Imagem sobre a GNR melhorou com as acções de sensibilização/formação efectuadas pelos militares do Programa Escola Segura. | 3,67 | ,68 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 8.4 O Programa Escola Segura permite melhorar a Imagem da GNR junto dos jovens. | 3,84 | ,66 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| Inquiridos que não assistiram a acções de sensibilização no âmbito do PES | | | | | | |
| 8.3 A minha Imagem sobre a GNR melhorou com as acções de sensibilização/formação efectuadas pelos militares do Programa Escola Segura. | 3,34 | ,59 | 3 | 3 | 5 | 2 |
| 8.4 O Programa Escola Segura permite melhorar a Imagem da GNR junto dos jovens. | 3,84 | ,60 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| Total | | | | | | |
| 8.3 A minha Imagem sobre a GNR melhorou com as acções de sensibilização/formação efectuadas pelos militares do Programa Escola Segura. | 3,44 | ,64 | 3 | 3 | 5 | 2 |
| 8.4 O Programa Escola Segura permite melhorar a Imagem da GNR junto dos jovens. | 3,84 | ,61 | 4 | 4 | 5 | 2 |

- QUESTÃO N.º 9 – GRAU DE INFLUÊNCIA DOS FACTORES: COMPORTAMENTOS E ATITUDES DOS MILITARES; PAIS; PARES E *MEDIA* NA CRIAÇÃO DA IMAGEM DA GNR NOS JOVENS.

A Tabela E.22 apresenta a frequência e percentagem de respostas da questão n.º 9.

Tabela E.22: Grau de Influência dos Factores – Frequência e percentagem de respostas.

| Níveis da Escala | Comportamentos e Atitudes dos Militares | | Família (Pais) | | Pares | | <i>Media</i> | |
|------------------|---|-------------|----------------|-------------|------------|-------------|--------------|-------------|
| | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| 1 | 1 | ,5 | 8 | 3,7 | 11 | 5,1 | 8 | 3,7 |
| 2 | 5 | 2,3 | 12 | 5,5 | 26 | 12,0 | 12 | 5,5 |
| 3 | 45 | 20,7 | 78 | 35,9 | 95 | 43,7 | 80 | 36,9 |
| 4 | 82 | 37,8 | 99 | 45,6 | 79 | 36,4 | 95 | 43,8 |
| 5 | 84 | 38,7 | 20 | 9,3 | 6 | 2,8 | 22 | 10,1 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

- QUESTÃO N.º 10 – MEDIDAS PARA A MELHORIA DA COMUNICAÇÃO ENTRE GNR E INQUIRIDOS.

Na Tabela E.23 apresentam-se a frequência e percentagem de respostas da questão n.º 10 e o Gráfico E.2 a frequência das medidas propostas.

Tabela E.23: Medidas – Frequência e percentagem de respostas.

| Medidas | Frequência | Percentagem |
|--|------------|-------------|
| Palestras sobre a sua forma de actuação e razão de ser dessa forma | 91 | 41,9 |
| Visitas aos Postos/Destacamentos | 76 | 35,0 |
| Visita aos locais de instrução da GNR | 1 | ,5 |
| Visitar mais vezes as escolas | 3 | 1,4 |
| Acções de sensibilização nas escolas, para alunos, docentes e pais | 10 | 4,6 |
| Promover actividades como "Ser GNR por um dia" | 6 | 2,8 |
| Utilizar os <i>media</i> para divulgar a Instituição | 2 | ,9 |
| Aumentar o policiamento de proximidade | 11 | 5,1 |
| Ter um programa próprio na televisão | 1 | ,5 |
| Falar mais com os cidadãos | 4 | 1,8 |
| Simulação de actuações | 10 | 4,6 |
| Promover workshops nas escolas | 1 | ,5 |
| Não actuar com base no abuso de poder | 1 | ,5 |
| Total | 217 | 100,0 |

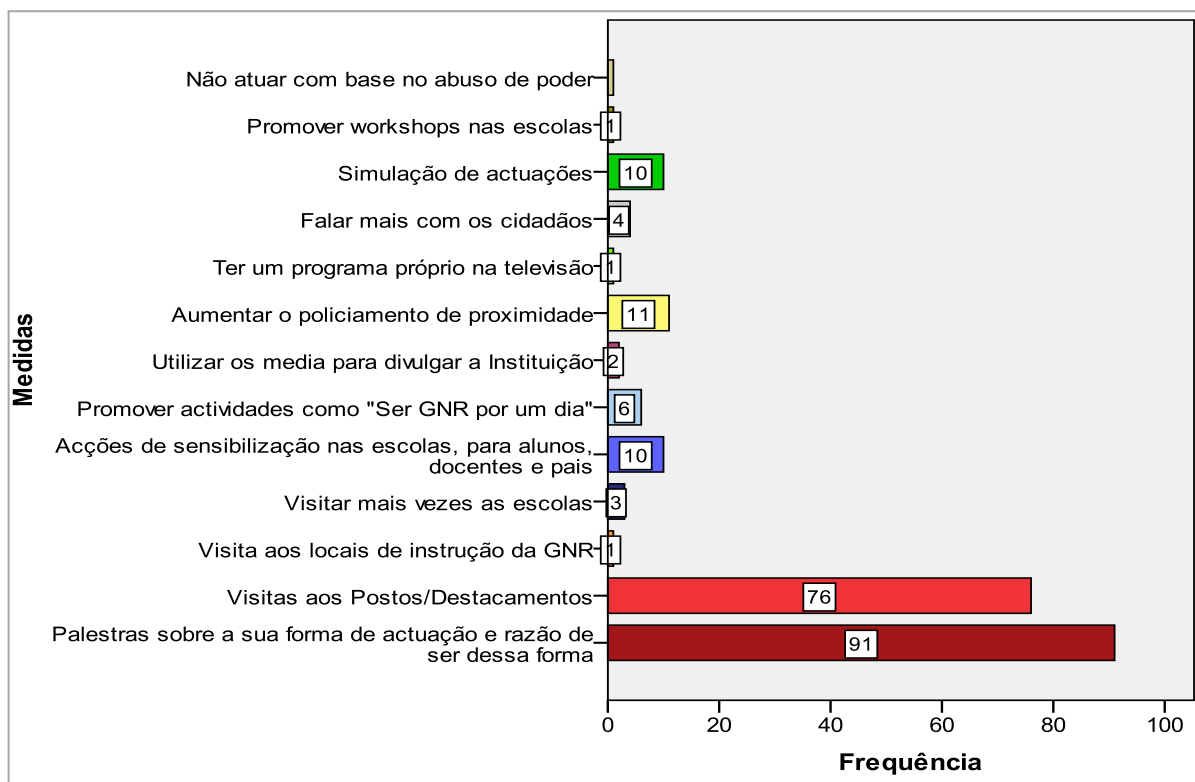


Gráfico E.2: Frequência das medidas propostas para a melhoria da comunicação entre a GNR e os jovens.

• QUESTÃO N.º 11 – IMAGEM DE DIFERENÇAS FORÇAS.

Na Tabela E.24 apresentam-se os valores de estatística descritiva da questão n.º 11 e na Tabela E.25 a frequência e percentagem de respostas da mesma questão.

Tabela E.24: Imagem das Forças – Valores de estatística descritiva.

| | Média | Desvio Padrão | Moda | Mediana | Máximo | Mínimo |
|---------------------|-------|---------------|------|---------|--------|--------|
| PSP | 3,47 | ,68 | 4 | 3 | 5 | 2 |
| Polícia Marítima | 3,64 | ,61 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| Polícias Municipais | 3,20 | ,70 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| GNR | 3,58 | ,70 | 4 | 4 | 5 | 1 |

Tabela E.25: Imagem das Forças – Frequência e percentagem de respostas.

| | PSP | | Polícia Marítima | | Polícias Municipais | | GNR | |
|------------------|------------|-------------|------------------|-------------|---------------------|-------------|------------|-------------|
| Níveis da Escala | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem | Frequência | Percentagem |
| Muito má | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1,4 | 1 | ,5 |
| Má | 14 | 6,5 | 1 | ,5 | 24 | 11,1 | 10 | 4,6 |
| Razoável | 96 | 44,2 | 90 | 41,5 | 118 | 54,3 | 83 | 38,2 |
| Boa | 98 | 45,2 | 112 | 51,6 | 70 | 32,3 | 109 | 50,2 |
| Muito Boa | 9 | 4,1 | 14 | 6,5 | 2 | ,9 | 14 | 6,5 |
| Total | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 | 217 | 100,0 |

ANEXOS

ANEXO F

LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS INSTITUCIONAIS

F.1 CÓDIGO DEONTOLÓGICO DO SERVIÇO POLICIAL

O presente Código visa promover a qualidade do serviço policial, reforçar o prestígio e a dignidade das Forças de Segurança, bem como contribuir para a criação das condições objectivas e subjectivas que, no âmbito da acção policial, garantam o pleno exercício dos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos. A consagração de padrões ético-profissionais de conduta, comuns a todos os membros das Forças de Segurança é condição indispensável para um exercício credível e eficiente do serviço policial, enquanto parte integrante do Estado de Direito Democrático. A adopção pelos membros das Forças de Segurança de um Código Deontológico do Serviço Policial vem ao encontro da Resolução nº 690 da Assembleia Parlamentar do Conselho da Europa, de 8 de Maio de 1979, e da Resolução nº 34/169 da Assembleia Geral das Nações Unidas, de 17 de Dezembro de 1979.

Artigo 1º Âmbito de aplicação

O presente Código Deontológico aplica-se aos militares da Guarda Nacional Republicana (GNR) e ao pessoal da Polícia de Segurança Pública (PSP), adiante designados membros das Forças de Segurança, no âmbito do exercício das suas funções policiais.

Artigo 2º Princípios Fundamentais

1. Os membros das Forças de Segurança cumprem os deveres que a Lei lhes impõe, servem o interesse público, defendem as instituições democráticas, protegem todas as pessoas contra actos ilegais e respeitam os direitos humanos.

2. Como zeladores pelo cumprimento da Lei, os membros das Forças de Segurança, cultivam e promovem os Valores do Humanismo, da Justiça, Integridade, Honra, Dignidade, Imparcialidade, Isenção, Probidade e Solidariedade.

3. Na sua actuação os membros das Forças de Segurança devem absoluto respeito pela Constituição da República Portuguesa, pela Declaração Universal dos Direitos do

Homem, pela Convenção Europeia dos Direitos do Homem, pela legalidade comunitária, pelas convenções internacionais, pela Lei e pelo presente Código.

4. Os membros das Forças de Segurança que actuem de acordo com as disposições do presente Código têm direito ao apoio activo da comunidade que servem e ao devido reconhecimento por parte do Estado.

Artigo 3º Respeito pelos Direitos Fundamentais da pessoa humana

1. No cumprimento do seu dever, os membros das Forças de Segurança promovem, respeitam e protegem a dignidade humana, o direito à vida, à liberdade, à segurança e demais direitos fundamentais de toda a pessoa, qualquer que seja a sua nacionalidade ou origem, a sua condição social, as suas convicções políticas, religiosas ou filosóficas.

2. Em especial, têm o dever de, em qualquer circunstância, não infligir, instigar ou tolerar actos cruéis, desumanos ou degradantes.

Artigo 4º Respeito pelos Direitos Fundamentais da pessoa detida

1. Os membros das Forças de Segurança têm o especial dever de assegurar o respeito pela vida, integridade física e psíquica, honra e dignidade das pessoas sob a sua custódia ou ordem.

2. Em especial devem abster-se, em qualquer circunstância, de praticar qualquer acto de tortura ou qualquer outro castigo ou tratamento cruel, desumano ou degradante, bem como opor-se, pronta e determinadamente, à prática de tais actos.

3. Os membros das Forças de Segurança devem zelar pela saúde das pessoas que se encontram à sua guarda e tomar, imediatamente, todas as medidas para assegurar a prestação dos cuidados médicos necessários.

Artigo 5º Isenção e imparcialidade

1. Os membros das Forças de Segurança devem actuar com zelo, e imparcialidade, tendo sempre presente a igualdade de todos os cidadãos perante a lei.

2. Em especial, têm o dever de, no uso dos poderes de autoridade de que estão investidos, se abster da prática de actos de abuso de autoridade, não condizente com um desempenho responsável e profissional da missão policial.

3. Os membros das Forças de Segurança abstêm-se de qualquer acto que possa pôr em causa a liberdade da sua acção, a independência do seu juízo e a credibilidade da Instituição a que pertencem.

Artigo 6º Integridade, Dignidade e Probidade

1. Os membros das Forças de Segurança cumprem as suas funções com integridade e dignidade, evitando qualquer comportamento passível de comprometer o prestígio, a eficácia e o espírito de missão de serviço público da função policial.

2. Em especial, não exercem actividades incompatíveis com a sua condição de agente de autoridade ou que os coloquem em situações de conflito de interesses susceptíveis de comprometer a sua lealdade, respeitabilidade e honorabilidade ou a dignidade e prestígio da Instituição a que pertencem.

3. Os membros das Forças de Segurança combatem e denunciam todas as práticas de corrupção, abusivas, arbitrárias e discriminatórias.

Artigo 7º Correção na actuação

1. No desempenho da sua função, os membros das Forças de Segurança devem agir com determinação, prudência, tolerância, serenidade, bom senso e autodomínio na resolução das situações decorrentes da sua actuação profissional.

2. Os membros das Forças de Segurança devem comportar-se de maneira a preservar a confiança, a consideração e o prestígio inerentes à função policial, tratando com cortesia e correção todos os cidadãos, nacionais, estrangeiros ou apátridas, promovendo a convivencialidade e prestando todo o auxílio, informação ou esclarecimento que lhes for solicitado, no domínio das suas competências.

3. Os membros das Forças de Segurança exercem a sua actividade segundo critérios de justiça, objectividade, transparência e rigor; actuam e decidem prontamente para evitar danos no bem ou interesse jurídico a salvaguardar.

Artigo 8º Adequação, necessidade e proporcionalidade do uso da força

1. Os membros das Forças de Segurança usam os meios coercivos adequados à reposição da legalidade e da ordem, segurança e tranquilidade públicas só quando estes se mostrem indispensáveis, necessários e suficientes ao bom cumprimento das suas funções e estejam esgotados os meios de persuasão e de diálogo.

2. Os membros das Forças de Segurança evitam recorrer ao uso da força, salvo nos casos expressamente previstos na lei, quando este se revele legítimo, estritamente necessário, adequado e proporcional ao objectivo visado.

3. Em especial, só devem recorrer ao uso de armas de fogo, como medida extrema, quando tal se afigure absolutamente necessário, adequado, exista comprovadamente perigo para as suas vidas ou de terceiros e nos demais casos taxativamente previstos na lei.

Artigo 9º Obediência

1. Os membros das Forças de Segurança acatam e cumprem prontamente as ordens legítimas e legais de superior hierárquico.

2. A obediência que os membros das Forças de Segurança devem aos seus superiores hierárquicos não os isenta da responsabilidade pela execução de tais ordens que constituam, manifestamente, violações à lei.

3. Nenhuma sanção disciplinar pode ser aplicada a um membro das Forças de Segurança que se tenha recusado a cumprir uma ordem ilegal e ilegítima.

Artigo 10º Responsabilidade

1. Os membros das Forças de Segurança assumem, prontamente, os seus erros e promovem a reparação dos efeitos negativos que, eventualmente, resultem da acção policial.

2. Os membros das Forças de Segurança, a todos os níveis da hierarquia, são responsáveis pelos actos e omissões que tenham executado ou ordenado e que sejam violadores das normas legais e regulamentares.

Artigo 11º Sigilo

Os membros das Forças de Segurança devem guardar segredo sobre as informações de natureza confidencial, ou relacionadas com métodos e tácticas de acção operacional, que venham a obter no desempenho das suas funções, sem prejuízo das necessidades da administração da Justiça ou do cumprimento do dever profissional.

Artigo 12º Cooperação na administração da Justiça

Os membros das Forças de Segurança respeitam a independência dos Tribunais e colaboram, prontamente, na execução das decisões das autoridades judiciais.

Artigo 13º Solidariedade na acção

Todo o membro das Forças de Segurança observa a solidariedade para com os seus camaradas, sem prejuízo dos princípios da honra e da dignidade e das regras da disciplina e do dever de defesa da legalidade.

Artigo 14º Preparação individual

1. Todo o membro das Forças de Segurança prepara-se física, psíquica e moralmente para o exercício da sua actividade e aperfeiçoa os respectivos conhecimentos e aptidões profissionais, de forma a contribuir para uma melhoria do serviço a prestar à Comunidade.

2. Em especial, interioriza e pratica as normas deontológicas contidas no presente Código, que deverão ser parte integrante da sua formação profissional.

F.2 CÓDIGO DE HONRA DO MILITAR DA GUARDA

O militar da Guarda observa em todas as circunstâncias as características da condição militar e cumpre, rigorosa e responsabilmente, os seus deveres militares e estatutários.

O militar da Guarda, como "soldado da lei", impõe-se à consideração, respeito e simpatia das populações, através de uma impoluta integridade de carácter, reconhecida a honestidade, esmerada educação, exemplar comportamento moral e cívico, boa conduta nos procedimentos da sua vida pública e privada e respeitável ambiente familiar.

O militar da Guarda como agente da força pública, actua sempre de acordo com a autoridade em que está investido, só recorrendo ao uso da força nos casos expressamente previstos na lei, quando absolutamente necessário e apenas na medida exigida pelo cumprimento das suas funções.

O militar da Guarda só utiliza as armas para repelir uma agressão iminente ou em execução, em defesa própria ou de terceiros e para vencer a resistência violenta à execução de um serviço no exercício das suas funções e manter o princípio de autoridade, após intimação formal aos resistentes de obediência e esgotados todos os outros meios para o conseguir.

O militar da Guarda cumpre sempre o dever que a lei impõe de servir a colectividade e de proteger todas as pessoas contra actos ilegais, em conformidade com o alto grau de responsabilidade que a sua profissão exige.

O militar da Guarda respeita a dignidade humana e defende e protege os direitos fundamentais de toda a pessoa.

O militar da Guarda não comete, instiga ou tolera, qualquer acto de tortura ou qualquer outro castigo ou tratamento cruel, inumano ou degradante, nem invoca ordem dos seus superiores ou circunstâncias excepcionais para os justificar.

O militar da Guarda vela para que a saúde das pessoas à sua guarda esteja plenamente protegida e toma imediatamente medidas para que os cuidados médicos lhe sejam dispensados sempre que tal se imponha.

O militar da Guarda não só não comete qualquer actos de corrupção, como deve rigorosamente combatê-los e opor-se-lhes quando deles tenha conhecimento.

O militar da Guarda diligencia permanentemente pelo cumprimento da sua missão em condições morais, profissionais e psicológicas que protejam a imparcialidade, a integridade e a dignidade da sua função, face às prescrições legais respeitadoras dos direitos humanos fundamentais.

O militar da Guarda é pessoalmente responsável pelos actos e omissões que tenha executado ou ordenado e que sejam contrários aos direitos fundamentais da pessoa.

O militar da Guarda mantém sigilo quanto aos factos e matérias de carácter confidencial de que toma conhecimento no exercício das suas funções, a menos que exigências do serviço ou necessidades da justiça tal não permitam.

O militar da Guarda respeita a lei e opõe-se, em todas as circunstâncias e com toda a sua capacidade, a todo e qualquer acto que a viole, agindo prontamente quando este puder provocar prejuízo imediato ou irreparável, ou, caso contrário, esforça-se por impedir as suas consequências e a sua repetição, informando hierarquicamente.

O militar da Guarda tem a preocupação permanente de dignificar este corpo militar através do seu aprumo e da forma como se apresenta uniformizado.

O militar da Guarda tem sempre como lema a honra pessoal e o engrandecimento da pátria.

F.3 CÓDIGO DE CONDUTA DO MILITAR DA GNR

É dever de todo o Militar da Guarda:

Cumprir a Missão de acordo com a Causa Pública, o Interesse Público e a Lei.

Servir a Colectividade Nacional e proteger todas as pessoas contra os actos ilegais.

Respeitar e proteger a dignidade humana. - Defender e proteger os direitos fundamentais de toda a pessoa.

Só aplicar a força em último caso e quando for exigido pelo cumprimento das suas funções.

Só recorrer às armas de fogo em legítima defesa, quando o presumido delinquente opuser resistência armada e se não for possível a utilização de outros meios.

Não divulgar informações de carácter confidencial a não ser no cumprimento das suas funções ou quando as necessidades de justiça o exigirem.

Não infringir, instigar ou tolerar actos de tortura ou de qualquer outro tipo de castigo cruel, inumano ou degradante.

Não praticar o abuso da autoridade. - Combater e opor-se vigorosamente a todos os actos de corrupção.

F.4 DESPACHO N.º 72/2008 – OG, DE 22 DE DEZEMBRO – EXCERTO

Comandos Territoriais

A Lei n.º 63/2007, de 6 de Novembro, aprova a orgânica da Guarda Nacional Republicana.

Com a publicação da Portaria n.º 1450/2008, de 16 de Dezembro, estabeleceu-se a organização interna das unidades territoriais – Comandos Territoriais.

O presente despacho visa definir as competências, a estrutura e o efectivo das unidades territoriais.

2. Articulação e dispositivo

Os Comandos Territoriais (CTer) articulam-se, em:

d. Subunidades Operacionais

(1) Destacamentos Territoriais:

- (a) Comando;
- (b) Secretaria;
- (c) Núcleo de Protecção do Ambiente (NPA);
- (d) Núcleo de Investigação Criminal (NIC);
- (e) Núcleo de Programas Especiais (NPE);
- (f) Subdestacamentos e Postos Territoriais;
- (g) Postos Fiscais (onde se justifique).

F.5 DESPACHO N.º 53/2009 – OG, DE 15 DE MARÇO DE 2010 – EXCERTO

Comandos Territoriais

A Lei n.º 63/2007, de 6 de Novembro, aprovou a orgânica da Guarda Nacional Republicana.

Com a publicação da Portaria n.º 1450/2008, de 16 de Dezembro, estabeleceu-se a organização interna das unidades territoriais, especializadas, de representação e de intervenção e reserva, bem como as respectivas subunidades.

Com o Despacho n.º 72/08-OG, de 22 de Dezembro de 2008, foram definidas as competências, a estrutura e o efectivo dos Comandos Territoriais.

Decorrido um ano após a implementação da nova estrutura, a experiência entretanto adquirida ao longo da vigência daquele despacho, aconselha a que se proceda a alguns ajustamentos.

Assim, determina-se o seguinte:

2. Articulação e dispositivo

Os Comandos Territoriais (CTer) articulam-se, em:

c. Subunidades Operacionais

(1) Destacamentos Territoriais:

- (a) Comandante;
- (b) Adjunto;
- (c) Secretaria;
- (d) Secção TIE;
- (e) Núcleo de Investigação Criminal (NIC)
- (f) Núcleo de Protecção Ambiental (NPA)
- (g) Secção de Programas Especiais (SPE);
- (h) Subdestacamentos e Postos Territoriais;
- (i) Postos Fiscais (onde se justifique);
- (j) Centros de Cooperação Policial e Aduaneira (CCPA), em função de despacho ministerial.

ANEXO G

NOTÍCIA SOBRE POLÍCIA DE EDIMBURGO

“Teens contribute to police youth strategy

Event in Edinburgh aims to get young people's opinions on how they interact with police.

05 January 2010 14:23 GMT

The Lothian and Borders Police Force has teamed up with Children 1st in a bid to find out how young people view officers.

The charity has selected forty young people from a wide variety of backgrounds to take part in a police workshop in Edinburgh.

The forty youngsters attended a workshop at Stewarts Melville College on Tuesday with a view to influencing the police force's new youth strategy.

They were asked to discuss issues such as the negative portrayal of young people and whether teens felt well protected by the police.

The youngsters also discussed whether breaking the law was part of growing up.

Tom Roberts from Children 1st said: "I think in Children 1st's experience, young people are really quick to speak out about how they feel about how they're treated in the community and all too often, it's the negative headlines that we hear about.

"The young people that we're hearing from today are very able to tell us that, actually, not all young people are the same. Not all young people are out to cause trouble. They've actually got a lot to offer in terms of how we work as a community, together, to keep young people and the wider community safe."

Inspector Jim Royan said: "Events like these are a fantastic opportunity to find out what the real issues are for young people, and what they want us to do about them.

"This is the second time we've held such an event, and we find them an invaluable tool in setting the groundwork for our new youth strategy." (Teens contribute to police youth strategy, 2010).

ANEXO H

POLICIAMENTO DE PROXIMIDADE

“O modelo de **Policimento de Proximidade** assenta numa filosofia e estratégia organizacional que permita à Guarda Nacional Republicana trabalhar em conjunto com a comunidade, no intuito de através deste mútuo apoio se dar uma satisfação à resolução dos problemas da sociedade.

Existem duas estratégias principais: Desenvolver e implementar novas formas de organização policial e novas técnicas de proximidade e visibilidade no relacionamento diário entre o guarda e o cidadão; Estabelecer programas específicos focados em problemas concretos e naqueles em que os grupos sociais são mais vulneráveis.

A aliança existente entre as autarquias, os serviços sociais, a Guarda, a comunidade em geral, é reconhecida como um mecanismo para combater as causas geradoras de comportamentos desviantes de natureza criminal, constituindo um exemplo do trabalho em equipa, o que vem permitir a obtenção de elevados ganhos de eficiência para todos os interventores, principalmente para aqueles que são flagelados por sentimentos de insegurança.” (GNRb, s.d.).

Os objectivos do Policiamento de Proximidade são:

- “Contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, pelo que incumbe aos militares da Guarda actuar como agentes dinamizadores do civismo, da coesão social e da segurança, pessoal e colectiva;
- Territorializar as acções de prevenção criminal, de acordo com as expectativas de insegurança das populações;
- Aumentar o grau de integração, melhorar a comunicação e promoção da ligação com todos os actores sociais relevantes, para o aumento da qualidade de vida das populações, através da redução sustentada da criminalidade e do aumento do sentimento de segurança das populações;
- Fomentar a noção de serviço público, baseado na qualidade do serviço prestado, na satisfação dos destinatários, na transparência e numa cultura de compromisso, contrato e parceria com as comunidades e organizações, públicas e privadas;
- Incrementar dentro da Guarda duma filosofia de policiamento pró-activo, desenvolvendo uma atitude positiva de prevenção e antecipação dos problemas;

- Aumentar a qualidade da acção policial.” (GNRb, s.d.).

Policamento de Proximidade vs policiamento normal

“O Policiamento de Proximidade é um modelo que não é indissociável do normal modelo de policiamento, antes é um seu complemento. A actividade policial centra-se em torno do cidadão.

Sendo uma actuação essencialmente pró-activa, permite aumentar o sentimento de segurança do cidadão, devido à maior visibilidade e intensidade de patrulhamento.

A população conhece melhor o guarda e este conhece melhor o cidadão.

A partilha biunívoca de informações permite combater a pequena criminalidade, ou seja, a que está ligada ao sentimento de insegurança.” (GNRb, s.d.).

Constituem linhas prioritárias de actuação as seguintes:

“A promoção duma política integrada de prevenção e contenção da criminalidade:

O fortalecimento de parcerias locais com organismos governamentais, autarquias locais e da sociedade civil, nomeadamente, organizações não governamentais, iniciativa privada, fundações, empresas, e outros, tendo em vista uma abordagem mais eficaz à especificidade de cada comunidade.

O coordenar a actuação conjunta e eficaz de todos os organismos/instituições do MAI destinados à implementação dos vários programas parcelares.

O fomentar a responsabilidade e a participação dos cidadãos.” (GNRb, s.d.).

Programas Especiais

O policiamento de proximidade engloba uma série de programas especiais, sendo eles: Apoio 65 – Idosos em Segurança; Comércio Seguro; Escola Segura; Verão Seguro; Farmácia Segura; Táxi Seguro; Transporte Seguro de Tabaco; Abastecimento Seguro; SOS Azulejo; Igreja Segura e Rumo Seguro (GNRa, s.d.).

ANEXO I

ORGANIGRAMA DA SECÇÃO DE PROGRAMAS ESPECIAIS

A Figura I.1 apresenta o organigrama das Secções de Programas Especiais.



Figura I.1: Organigrama da Secção de Programas Especiais.

Fonte: GNRc (s.d.).

ANEXO J

DETERMINAÇÃO DA DIMENSÃO DA AMOSTRA

De acordo com Sarmento (2008), a fórmula para se calcular o tamanho de uma amostra aleatória simples (n), em que a população é finita (N), pretendendo-se estimar uma proporção (p), com um nível de confiança (λ) e um nível de precisão (D) é (1):

$$n = \frac{p \times (1 - p)}{\frac{D^2}{(Z_{\alpha/2})^2} + \frac{p \times (1 - p)}{N}} \quad (1)$$

A dimensão da amostra foi calculada atendendo ao total dos alunos do 12º ano da Escola Secundária das Caldas das Taipas, ou seja, $N = 249$.

A proporção (p) pode assumir valores entre 0 e 1. Quando não for conhecida opta-se pela hipótese mais pessimista que é $p = 0,5$. Como não se conhece a proporção foi adoptado então $p = 0,5$. O nível de confiança pretendido é $\lambda = 99\%$ e o nível de precisão $D = \pm 5\%$. De acordo com a Tabela J.1, que apresenta a validade do estudo em função do nível de confiança e da margem de erro, para este nível de confiança ($\lambda = 99\%$), o valor da distribuição normal é $Z_{\alpha/2} = 2,58$.

Tabela J.1: Validade do estudo.

| Validade do estudo | Nível de confiança (λ) | Normal estandardizada ($Z_{\alpha/2}$) | Nível de significância ($\alpha = 1 - \lambda$) | Margem de erro (ϵ) |
|-----------------------|----------------------------------|--|---|-------------------------------|
| Muitíssimo Importante | 99% | $\pm 2,58$ | 1% | 2% ou 5% |
| Importante | 95% | $\pm 1,96$ | 5% | 5% ou 10% |
| Pouco Importante | 68% | $\pm 1,00$ | 32% | 5% ou 10% |

Fonte: Sarmento (2008, p.27)

Calculando o tamanho da amostra para um nível de confiança de 99%, com um nível de erro de $\pm 5\%$ e uma proporção de 0,5, considerando o total de unidades da população, que são 249 alunos do 12º ano, resultou uma amostra de 181 inquéritos respondidos correctamente.

Foram, no entanto, obtidos 217 inquéritos, resultando uma amostra com mais 36 respostas do que as necessárias, o que significa que as conclusões extraídas para a amostra são válidas para a população considerada, mas com um nível de erro mais pequeno.

O nível de erro ou precisão, segundo Sarmento (2008), calcula-se através da seguinte fórmula (2):

$$D = (Z_{\alpha/2}) \times \sqrt{\frac{p \times (1 - p)}{n}} \quad (2)$$

Em que n é o número de elementos da amostra, p a proporção dos indivíduos na amostra com o atributo, $Z_{\alpha/2}$ a normal standardizada e α o nível de significância $\alpha = 1 - \lambda$.

Deste modo, as 217 respostas obtidas mantêm um nível de confiança de 99%, mas com um nível de erro de $\pm 3,15\%$.

ANEXO K

RELAÇÕES DAS ESCOLAS COM SECUNDÁRIO NA ZONA DE ACÇÃO DO DESTACAMENTO DE GUIMARÃES

A Tabela K.1 apresenta as escolas com ensino secundário na Zona da Acção do Destacamento Territorial de Guimarães, para o ano lectivo 2009/2010. Pode verificar-se através da mesma que, a Escola Secundária das Caldas das Taipas é a segunda escola com ensino secundário que apresenta o maior número de alunos.

Tabela K.1: Escolas com secundário da zona de acção do destacamento territorial de Guimarães.

| NOME DA ESCOLA | Nº DE ALUNOS * | LOCALIZAÇÃO | COORDENADOR | DELEGADO DE SEGURANÇA | TELEFONE |
|---|----------------|---|------------------------------------|-----------------------------|-------------|
| Esc. Sec. Vizela | 607 | Rua Joaquim da Costa Chicória - Vizela | Orácio Vale | Alberto Gonçalves | 253 480 300 |
| EB2,3/S de Vizela - Infias | 789 | Rua da Liberdade, 60 | Rosa Maria Carvalho | Rosa Maria Carvalho | 253 480 320 |
| Externato S. Miguel - Cabeceiras de Basto | 432 | Praça da República- Refojos- Cab. De basto | Mons. José Augusto Ribeiro | Mons. José Augusto Ribeiro | 253 669 020 |
| Escola Prof. de Fermil - Celorico de Basto | 199 | Souto Grande- Molares - Celorico de Basto | Dr. Humberto | Eng. Fevereiro | 255 361 400 |
| Escola EB2,3/S de Celorico de Basto | 742 | Rua Baltazar Rebelode Sousa Cel.de Basto | José Marcelino Q. Faria da Mota | António Ernesto T. Mesquita | 255 320 260 |
| Esc. Sec. c/ 3º Ciclo de Fafe | 1493 | Av. Da liberdade, 236 - Fafe | Mª Natália Correia | Mª Natália Correia | 253 490 750 |
| Escola Prof. de Fafe | 185 | Pr. 25 de Abril - Fafe | Alice Soares | Alice Soares | 253 595 976 |
| Esc. Sec. das Caldas das Taipas | 1065 | Rua Prof. Manuel José Pereira - Taipas | José Araújo | José Araújo | 253 479 890 |

* nº total de alunos da escola.

Fonte: SPE do Destacamento Territorial de Guimarães (2010).

Analisando a Tabela K.2, que apresenta por ordem decrescente as escolas com maior número de alunos que já assistiram a acções no âmbito do PES, pode constatar-se que a Escola Secundária das Caldas das Taipas é aquela que apresenta um maior número de alunos com essa característica.

Assim, como o PES também é avaliado ao longo deste trabalho, optou-se por fazer o estudo na Escola Secundária das Caldas das Taipas, pois é a segunda com um maior número de alunos e, por ser a que apresenta um maior número de alunos que assistiram a acções no âmbito do PES.

Tabela K.2: Ordem decrescente de escolas pelo número de alunos que tiveram acções no âmbito do Programa Escola Segura.

| NOME DA ESCOLA | LOCALIZAÇÃO | COORDENADOR | DELEGADO DE SEGURANÇA | TELEFONE |
|--|---|---------------------------------|-----------------------------|-------------|
| Esc. Sec. das Caldas das Taipas* | Rua Prof. Manuel José Pereira - Taipas | José Araújo | José Araújo | 253 479 890 |
| EB2,3/S de Vizela - Infias | Rua da Liberdade, 60 | Rosa Maria Carvalho | Rosa Maria Carvalho | 253 480 320 |
| Esc. Sec. Vizela | Rua Joaquim da Costa Chicória - Vizela | Orácio Vale | Alberto Gonçalves | 253 480 300 |
| Esc. Sec. c/ 3º Ciclo de Fafe | Av. Da liberdade, 236 - Fafe | Mª Natália Correia | Mª Natália Correia | 253 490 750 |
| Escola EB2,3/S de Celorico de Basto | Rua Baltazar Rebelode Sousa | José Marcelino Q. Faria da Mota | António Ernesto T. Mesquita | 255 320 260 |
| Externato S. Miguel - Cabeceiras de Basto | Praça da República- Refojos | Mons. José Augusto Ribeiro | Mons. José Augusto Ribeiro | 253 669 020 |
| Escola prof. De Fermil - Celorico de Basto | souto Grande- Molares - Celorico de Basto | Dr. Humberto | Eng. Fevereiro | 255 361 400 |
| Escola Profissional de Fafe** | Pr. 25 de Abril - Fafe | Alice Soares | Alice Soares | 253 595 976 |

* Escola com maior número de alunos que tiveram acções no âmbito Escola Segura.

** Escola com menor número de alunos que tiveram acções no âmbito Escola Segura.

Fonte: SPE do Destacamento Territorial de Guimarães (2010).

Pode verificar-se através da Tabela K.3, que apresenta o número de alunos do 12º ano da Escola Secundária das Caldas das Taipas, que o número total de alunos deste ano é 249 alunos.

Tabela K.3: Número de alunos do 12º ano da Escola Secundária das Caldas das Taipas.

| 12º Ano | | CCHCT | | | | CCHSE | CCHLH | | CPTAI | CPAS | CPTIG | CPTG | CPTT | CPTV |
|---------|------|-------|----|----|----|-------|-------|----|-------|------|-------|------|------|------|
| Média | 20,5 | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M |
| Base | 256 | 24 | 26 | 27 | 26 | 18 | 22 | 21 | 17 | 15 | 15 | 15 | 18 | 12 |
| Actual | 249 | 23 | 24 | 27 | 25 | 17 | 22 | 21 | 16 | 15 | 15 | 15 | 18 | 11 |

Fonte: Escola Secundária das Caldas das Taipas (2010).